

دور التلفزيون الأردني في تنمية الثقافة الرياضية: من وجهة نظر

طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية

**The Role of Jordanian TV in Developing Physical
Education Knowledge:
From The viewpoint of Physical Education
Faculties Students in Jordanian Universities**

إعداد الطالب: ماجد محمد العدوان

بإشراف الدكتور: رائد البياتي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران/ يونيو - 2011

التفويض

أنا الطالب ماجد محمد العدوان أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي

المعنونة:

دور التلفزيون الأردني في تنمية الثقافة الرياضية: من وجهة نظر طلبة كليات التربية

الرياضية في الجامعات الأردنية للمكتبات أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص عند طلبها.

الاسم: ماجد أحمد العدوان

التوقيع:




قرار لجنة المناقشة


نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " دور التلفزيون الأردني في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب

الجامعي"، وأجيزت بتاريخ 5 /6 /2011

أعضاء لجنة المناقشة

الأستاذ الدكتورة حميدة سميسم رئيساً..


الدكتور رائد البياتي.. مشرفاً.

الأستاذ الدكتور عزت حجاب ممتحناً خارجياً.


الشكر والتقدير

أتقدم بالشكر لأستاذي الفاضل الدكتور رائد البياتي الذي منحني من وقته وجهده وأعطاني الكثير من علمه وفكره..

كما أتقدم بالشكر والتقدير لجميع أساتذة الإعلام في جامعة الشرق الأوسط، الأستاذ الدكتور حلمي ساري عميد كلية الإعلام، والأستاذ الدكتورة حميدة سميسم، والأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي، الدكتور كامل خورشيد، والأستاذ الدكتور عزت حجاب، الدكتور محمد المجالي، الدكتور صباح ياسين ، والدكتور جهاد عمران، ومن قسم اللغة الإنجليزية الدكتور سالم الدعجة، والشكر أيضا لكل من ساعدني في إعداد هذه الدراسة خصوصا الأساتذة والأصدقاء في كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية، وكذلك الزملاء في التلفزيون الأردني، والشكر الموصول للصديق عزام أبو الحمام.

ولا أنسى توجيه الشكر إلى لجنة مناقشة الرسالة الذين أفاضوا علي من ملاحظاتهم المفيدة الكثير، بما حسن الرسالة ورفع من مستواها.

الإهداء

إلى والديّ اللذين علماني صغيرا

وإلى زوجتي وأولادي

وإلى إخوتي وأخواتي

أهديهم هذا الجهد المتواضع

فهرس المحتويات

| الصفحة | الموضوع |
|--------|-------------------------------------|
| أ | العنوان |
| ب | التفويض |
| ج | قرار لجنة المناقشة |
| د | الشكر والتقدير |
| هـ | الإهداء |
| و | قائمة المحتويات |
| ز | قائمة الجداول |
| ح | قائمة الأشكال والصور |
| ط | قائمة الملحقات |
| ي | الملخص باللغة العربية |
| ك | الملخص باللغة الإنجليزية |
| 1 | الفصل الأول: مقدمة الدراسة |
| 1 | 1-1: تمهيد |
| 3 | 2-1: مشكلة الدراسة |
| 3 | 3-1: أهداف الدراسة |
| 4 | 4-1: أهمية الدراسة |
| 5 | 5-1: أسئلة الدراسة وفرضياتها |
| 7 | 6-1: حدود الدراسة |
| 8 | 7-1: محددات الدراسة |
| 8 | 8-1: مصطلحات الدراسة |
| 9 | 9-1: المصطلحات الاجرائية |
| 11 | الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة |
| 11 | 1-2: مقدمة: |
| 14 | 2-2: النظريات المفسرة للإعلام |

| | |
|----|---|
| 18 | 1-2-2: نموذج كاتز وزملاؤه |
| 18 | 2-2-2: نموذج رونجرين |
| 18 | 3-2-2: نموذج بالم جرين وروبين |
| 20 | 3-2: الدراسات السابقة |
| 33 | 1-3-2: تعليق على الدراسات السابقة |
| 34 | 2-3-2: ما يميز هذه الرسالة |
| 35 | 2-4: مباحث الاطار النظري |
| 35 | 2-4-1: تمهيد |
| 36 | 2-4-2: دور التلفزيون في تحقيق الاشباعات المختلفة للشباب |
| 38 | 2-4-3: خصائص ومزايا التلفزيون من الناحية الإعلامية |
| 38 | 2-4-4: ايجابيات التلفزيون وسلبياته |
| 38 | 2-4-5: سلبيات التلفزيون |
| 39 | 2-4-5-2: ميزات التلفزيون |
| 41 | 2-5-1: الإعلام الرياضي وأهميته: |
| 43 | 2-5-2: أهداف الإعلام الرياضي |
| 43 | 2-5-3: مستقبل الإعلام الرياضي |
| 45 | 2-6-1: نشأة التلفزيون الأردني وتطوره |
| 47 | 2-6-2: القناة الثانية في التلفزيون الأردني |
| 48 | 2-6-3: سياسات التلفزيون الأردني في البرامج الرياضية |
| 50 | الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والاجراءات) |
| 50 | 3-1: نوع الدراسة ومنهجيتها |
| 50 | 3-2: مجتمع الدراسة |
| 51 | 3-3: عينة الدراسة |
| 52 | 3-4: أدوات جمع البيانات |
| 53 | 3-5: اختبار صدق الأداة |
| 54 | 3-6: متغيرات الدراسة |
| 54 | 3-7: المعالجة الإحصائية |
| 54 | 3-8: إجراءات التطبيق والتنفيذ |

| | |
|-----|--|
| 56 | الفصل الرابع: استعراض النتائج |
| 56 | 4-1: الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة |
| 57 | 4-2: التكرارات والنسب المئوية لمشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني. |
| 59 | 4-3: عرض نتائج الأسئلة |
| 71 | 4-4: عرض نتائج الفرضيات |
| 84 | الفصل الخامس: مناقشة النتائج |
| 87 | 5-1: مناقشة أسئلة الدراسة. |
| 97 | 5-2: مناقشة فرضيات الدراسة. |
| 103 | 5-3: توصيات الدراسة |
| 104 | مراجع الدراسة: |
| 104 | الكتب العربية |
| 107 | الرسائل والدراسات |
| 108 | الصحف والمجلات |
| 108 | المقابلات |
| 108 | المراجع الأجنبية |
| 108 | مواقع الإنترنت |
| 109 | ملاحق الدراسة |

| رقم الصفحة | عنوان الجدول | رقم الجدول |
|------------|---|------------|
| 51 | توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الجامعة والكلية والنسب المئوية والجنس. | 1 |
| 56 | توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات الجامعة، الكلية، والسنة الدراسية ومكان الإقامة لأسرة الطالب. | 2 |
| 58 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على مشاهدة برامج التلفزيون الأردني. | 3 |
| 59 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول دافعية مشاهدة البرامج الرياضية | 4 |
| 60 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول لمستوى مشاهدة البرامج الرياضية. | 5 |
| 61 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول معدل مشاهدة البرامج الرياضية. | 6 |
| 62 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول الوضعية الاجتماعية لمشاهدة البرامج الرياضية. | 7 |
| 63 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول أوقات مشاهدة البرامج الرياضية. | 8 |
| 63 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول الحرص على متابعة البرامج الرياضية | 9 |
| 65 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول البرامج الرياضية الأكثر تفضيلاً | 10 |
| 66 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول الحرص على متابعة نوع معين من الرياضات | 11 |
| 67 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول مساهمة البرامج الرياضية في تحسين الثقافة القانونية الرياضية. | 12 |
| 67 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول مساهمة البرامج الرياضية في تعزيز حب الطلبة للألعاب الرياضية. | 13 |
| 68 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على السؤال الثاني عشر "مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الطموح في المجال. | 14 |
| 69 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على السؤال الثالث عشر "مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الصحة النفسية. | 15 |
| 70 | التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة حول الرضا عن أسلوب تغطية البرامج الرياضية | 16 |
| 71 | التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمستوى مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تبعاً للنوع الاجتماعي. | 17 |
| 73 | التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تبعاً للنوع الاجتماعي. | 18 |
| 74 | التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تبعاً لمكان الإقامة. | 19 |
| 75 | التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون | 20 |

| | | |
|----|---|----|
| | الأردني تبعا للنوع اجتماعي (الأسئلة 3 و 5 و 6). | |
| 78 | التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تبعا لمكان الإقامة. | 21 |
| 80 | التكرارات والنسب المئوية ومربع كاي للفروق في تفضيلات المبحوثين نحو البرامج الرياضية الأكثر تفضيلا تبعا للسنة الدراسية. | 22 |
| 82 | التكرارات والنسب المئوية ومربع كاي " البرامج الرياضية الأكثر تفضيلا في التلفزيون الأردني " تبعا للنوع الاجتماعي. | 23 |

قائمة الملحقات

| رقم الصفحة | عنوان الملحق | رقم الملحق |
|---------------|-----------------|---------------|
| | قائمة المحكمين | 1 |
| | استبانة الدراسة | 2 |

ملخص الدراسة

دور التلفزيون الأردني في تنمية الثقافة الرياضية : من وجهة نظر طلبة كليات

التربية الرياضية في الجامعات الأردنية

إعداد: ماجد العدوان

إشراف الدكتور: رائد البياتي

كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط (حزيران/ يونيو 2011)

أصبح الإعلام الرياضي، والتلفزيوني منه بشكل خاص ذا أهمية كبيرة في عصرنا الحالي إثر تطور وسائل النقل والتسجيل إضافة إلى دخول الاستثمارات التجارية في حقول الرياضة والإعلام الرياضي على وجه الخصوص.

وقد تمثلت مشكلة الدراسة في الكشف عن العلاقة بين دور التلفزيون الأردني وبين تنمية الثقافة الرياضية ونشرها لدى شريحة من الشباب الأردني هم طلبة كليات التربية الرياضية في ثلاث جامعات حكومية، وكذلك عن مدى رضا المشاهدين من فئة الطلبة الجامعيين عن البرامج الرياضية التي يبثها التلفزيون الأردني الرسمي. وقد جرى التعبير عن مشكلة الدراسة بثلاثة عشر سؤالاً وسبع فرضيات.

وهدفت الدراسة إلى:

1- التعرف إلى معدل المشاهدة لبرامج التلفزيون الأردني الرياضية من قبل طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية.

2- التعرف إلى العادات الاتصالية (أنماط التعرض) من قبل طلبة كليات التربية في

الجامعات الأردنية لبرامج التلفزيون الأردني الرياضية.

3- التعرف إلى الحاجات التي يرغبها الطلبة المشاهدين من البرامج الرياضية من وجهة نظر طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية.

4- التعرف إلى مستوى الرضا لطلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية عن برامج التلفزيون الأردني الرياضية.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي وأسلوب المسح وأداته الاستبيان من خلال عينة عشوائية من طلبة ثلاث كليات للتربية الرياضية في ثلاث جامعات أردنية (أعداد الطلبة المبحوثين في الجامعات الثلاث كان متقاربا إلى حد كبير، إذا بلغ حوالي 33% في جامعة مؤتة، و35% في الجامعة الأردنية، و 35.6 في جامعة اليرموك).

وقد بلغ عدد الطلبة المبحوثين 319 طالبا وطالبة من أصل 434 استبانة تم توزيعها إذ استتف بعض الطلبة عن ارجاع الاستبانة وجرى كذلك استبعاد 5 استبانات منها لوجود عيوب واضحة في الإجابة.

وقد جرى تطبيق الاستبانة الفترة الزمنية الواقعة بين 8 - 17 آذار من العام الجاري 2011. وجرى تحليل النتائج من خلال برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- يتبين أن عدد الذين يشاهدون برامج التلفزيون الأردني الرياضية 77.2 % من عينة الدراسة بينما بلغ عدد الذين يشاهدون برامج التلفزيون الأردني الرياضية عن قصد وتخطيط (178) ويمثلون ما نسبته (55.8 %) من عينة الدراسة بينما بلغ عدد الذين يشاهدون برامج التلفزيون الأردني الرياضية بالصدفة (141) ويمثلون ما نسبته (44.2%) من أفراد العينة.

2- معظم أفراد عينة الدراسة يشاهدون "بمستوى غالبا" (114) فردا يمثلون ما نسبته (35.7%) تلاهم فئة الذين "يشاهدون أحيانا" ويمثلون ما نسبته (29.8%) ثم الذين "يشاهدون دائما" بنسبة (14.7%) ويلاحظ أن عدد الذين "نادرا ما يشاهدون" البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني يمثلون ما نسبته (19.7%).

3- يتبين أن عدد الذين يشاهدون البرامج الرياضية بصحبة بعض الأصدقاء يمثلون ما نسبته (38%) تلاهم فئة الذين يشاهدون مع بعض أفراد الأسرة ويمثلون ما نسبته (35%) ثم الذين يشاهدون "بوضع منفرد" وبنسبة (26.6%).

4- تبين أن (52.7%) من أفراد العينة يفضلون البرامج الرياضية المتنوعة، ثم الذين يتابعون نقل المباريات الرياضية حية أو مسجلة ويمثلون ما نسبته (42.6%) من أفراد العينة، ثم الذين يتابعون البرامج الرياضية الأجنبية وبنسبة (28.8%) فالذين يتابعون البرامج المعلوماتية وبنسبة (13.5%) ثم الذين يتابعون البرامج الرياضية الحوارية بتكرار وبنسبة (12.9%) من أفراد العينة.

5- ما نسبته (58.6%) تسهم البرامج الرياضية في تحسين ثقافتهم الرياضية بينما بلغ عدد الأفراد الذين تسهم البرامج الرياضية في تحسين ثقافته القانونية الرياضية بدرجة كبيرة (83) فردا يمثلون ما نسبته (26%).

6- تبين أن ما نسبته (52%) تسهم البرامج الرياضية في حبهم للألعاب الرياضية وقد بلغ عدد الذين تسهم البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في حبهم للألعاب الرياضية "بصورة كبيرة" ما نسبته (23.8%).

7- تبين أن ما نسبته (47.6%) تسهم البرامج الرياضية في طموحهم في المجال الرياضي "بصورة كبيرة" يمثلون ما نسبته (26.7%).

8- ما نسبته (49.8%) أي حوالي نصف العينة المدروسة تسهم البرامج الرياضية في تنمية طموحهم في المجال الرياضي "نوعا ما"، أي بنسبة ضئيلة أو محدودة، أما عدد الذين تسهم البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في تنمية طموحهم في المجال الرياضي "بصورة كبيرة" فيمثلون ما نسبته (26.7%) من عينة الدراسة.

10- تبين أن مستوى الرضا للطلبة المبحوثين عن أسلوب تغطية البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني حاز على مستوى رضا بلغ 152 نسبة 47.6% من أفراد العينة، فيما جاء في المرتبة الثانية أولئك الذين يشعرون بنوع من الرضا (أي برضا محدود أو متوسط) بتكرار 139 وهم يمثلون 43.6، ثم الفئة التي لا تشعر بأي رضا عن برامج التلفزيون الأردني الرياضية بتكرار بلغ 28 ويمثلون 8.7% من أفراد العينة.

أما اختبار الفرضيات فقد أظهر:

1- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني بين الذكور والإناث.

2- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني بين الذكور والإناث.

3- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني بين فئات متغير مكان الإقامة.

4- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في هذه الأسئلة حسب متغير مكان الإقامة.

5- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني بين فئات متغير السنة الدراسية.

6- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في السؤال الثامن " البرامج الرياضية الأكثر تفضيلا

في التلفزيون الأردني " تبعا للسنة الدراسية.

7- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في السؤال الثامن "البرامج الرياضية الأكثر تفضيلا في

التلفزيون الأردني" تبعا للنوع الاجتماعي" باستثناء الخيار المتعلق بالرياضات المنوعة

الذي بلغ فيها مربع كاي 0.60 بمستوى دلالة (0.440) وهي تعني عدم وجود فروق

ذات دلالة إحصائية في هذا الخيار تحديدا.

ملخص الدراسة بالإنجليزية

Abstract

The Role of Jordanian TV in Developing Physical Education Knowledge: from The viewpoint of Physical Education Faculties Students in Jordanian Universities

A research concluded by: Majed Al- Adwan

Supervised by: Dr. Raed Byyati

The major target of our study is to unveil the relationship between JTV's role in enhancing youths interests in various kinds of sports, and to conduct such study in a professional manner our was a group of students majoring in Physical Education across three public universities, and we asked the targeted sample of student about their satisfaction regarding sports broadcasted materials on JTV. The targeted sample was asked thirteen questions and seven hypotheses which will allow us to:

- 1- Identifying the rate seen for the Jordanian TV sports programs by the students of colleges of physical education at Jordanian universities.
- 2- Identify the communication habits (patterns of exposure) by the students of colleges of education in Universities of Jordan Jordanian TV sports programs.

- 3- Identify the needs of students desired by viewers of sports programs from the perspective of students in colleges of physical education at Jordanian universities.
- 4- Identifying the level of satisfaction for students of colleges of physical education at Jordanian universities on Jordanian TV sports programs.

And while conducting the study we used Descriptive approach and Survey method and questionnaire tools, where students majoring in Physical Education from three public universities as 33% of the students were from Muta University, 35% the Jordanian University, and 35.6% were from Yarmouk University.

The number of students surveyed was 319 students out of 434 questionnaires which were distributed, as some students refrained for the return of questionnaires. However, five questionnaires were due to obvious flaws in the answer.

The questionnaire was concluded between the 13th and the 17th of March 2011. The results were analyzed through the statistical analysis of the Social Sciences (SPSS), and study a set of results. The results showed:-

- 1- That the number who watch JTV's sports programs were 77.2% of the study sample, while the number of students who plan to watch JTV's sports programs were (178) representing a rate of (55.8%) of the study sample, while the number who watch JTV's sports programs accidentally were (141) representing a rate (44.2%) of respondents.
- 2- Most of the sample study, who constantly watch were (114) representing a rate (% 35.7) followed by the category of those who "watch sometimes," representing a rate of (29.8%), while those who "always watch" the ratio of (14.7%), while the number of Who "rarely watch" sports programs on JTV represent a rate (19.7%).
- 3- That the number of people watching sports programs with some friends was (38%). (35%) were those who watch with some family members, while those who are watching the "single status" were (26.6%).
- 4- That (% 52.7) of respondents prefer sports programs diverse as it was, while 42.6% were those who follow the transfer of sports live or recorded, , then 28.8% were those who follow the sports programs and foreign , and Those who Follow the programs of information were (13.5%) followed by 12.9% of those who frequently follow sports talk shows.

- 5- That (58.6%) contribute to sports programs in improving the sports culture, while the number of individuals who contribute to sports programs in improving the legal culture sports significantly were (83) members representing a rate of (26%)
- 6- That (52%) of the targeted sample contribute to sports programs, while 23.8% were those who love for sports and contributing in sports programs on JTV based on their affection for sports.
- 7- .that (% 47.6) contributes to sports programs due to their ambition in the field of sports "significantly", representing a rate of (26.7%).
- 8- That (49.8%), or about half of the sample studied sports programs contribute in developing their ambition in sports fields "somewhat", small or limited, while the number of people who contribute to sports programs on television in the development of Jordan's ambition in field of sports " in Large " are (26.7%) of the study sample.
- 9- That the level of satisfaction for students' subjects for style coverage of sports programs on JTV has won at the level of satisfaction was 47.6%, while those who feel a sense of satisfaction were 43.6, followed by those who are not satisfied from Jordanian TV sports programs repetition were 8.7%.

However, the hypothesis testing has shown that:

- 1- Significant differences in the level of watch sports on television between Jordanian male and female exist.
- 2- Statistically significant differences in the rate of watch sports on television between Jordanian male and female exist.

- 3- Statistically significant differences in the rate of watch sports on television Jordan between the categories of variable place of residence exist.
- 4- Significant differences in these questions as a variable place of residence exist.
- 5- There are no statistically significant differences in the rate of watch sports on television between the categories of variable Jordanian school year.
- 6- Statistically significant differences in the question, the eighth "most favored sports programs in the Jordanian TV," according to the school year exist.
- 7- a statistically significant differences in the question, VIII, "sports programs most favored in the Jordanian TV," on the basis of gender, "Except for the option of sports diverse, which amounted to the Chi square 0.60 level of significance (.440), which means there are no statistically significant differences in this option Specifically.

الفصل الأول: مقدمة الدراسة

1-1- تمهيد:

رغم بدايته المبكرة نسبياً، فإن التلفزيون وبرامجه ما تزال تستحوذ على نسبة لا بأس بها من الدراسات والأبحاث والنقاشات والجدل في أوساط مختلفة من المهتمين وصولاً إلى الدراسات والأبحاث الأكاديمية المعدة للحصول على الدرجات العلمية. وهذه الدراسة تأتي في هذا السياق الذي ما يزال بحاجة إلى المزيد من البحث والدراسة عن دور التلفزيون وأثره في مناحٍ عديدة من مناحي الحياة المختلفة. وفي التأثير على فئات مختلفة من فئات المجتمع، خصوصاً الأطفال منهم والشباب.

ويعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال في عصرنا الحالي لقدرته على جذب انتباه المشاهدين، فهو يجمع بين مزايا الراديو من حيث الصوت، ومزايا السينما من حيث الصورة واللون، ومزايا المسرح من حيث الحركة التي تضيف حيوية على المشاهد التي يعرضها التلفزيون. (حجاب، 2004، 816)

وقد دخل التلفزيون في كل بيت وصار له دور مؤثر في التوجيه والتربية وإكساب المعارف المختلفة في شتى الميادين، ولذلك كان لا بد من الاهتمام بالدور الحساس الذي يلعبه التلفزيون في شتى مناحي الحياة.

ويعد التلفزيون الأردني الرسمي الأقدم من بين القنوات التلفزيونية العاملة في الفضاء الأردني التي استأثرت باهتمام المشاهد الأردني، ومع أن الكثير من المحطات التلفزيونية العربية وغير العربية باتت تنافس التلفزيون الأردني دوره هذا إلا أنه ما يزال يحوز على جزء كبير من أعداد المشاهدين في المملكة على الأقل.

وضع حجر الأساس لمبنى التلفزيون الأردني في 11 تموز 1966 ، وبدأ التلفزيون البث بأربع ساعات بث يوميا وازدادت لاحقا لتغطي كامل ساعات اليوم، وكان البث باللونين الأبيض والأسود، وتحول التلفزيون الأردني إلى نظام الألوان كأول محطة عربية وليصبح عدد الاستوديوهات ستة استوديوهات عام 1974، وفي عام 1985 صدر قانون هيئة الإذاعة والتلفزيون الذي بموجبه تم الاندماج بين الإذاعة والتلفزيون من أجل إحداث تكامل بين جهازين مهمين. (موقع التلفزيون الأردني).

وقد أجريت بعض الدراسات على دور التلفزيون الأردني في تعزيز التوعية أو في تغيير الاتجاهات في بعض نواحي الحياة، مثل خدمة المجتمع المحلي (أبو حسان، 2008) أو الاسهام في زيادة الوعي السياسي والانتخابي (عريفات، 2008) أو في المجال الرياضي (الزعبي، 1992) و (الحسن، 2008) وغيرها من الدراسات، لكنها كانت غير كافية لتغطية هذا الموضوع ومن مختلف الأبعاد خصوصا من ناحية دور التلفزيون في تنمية الوعي أو نشر الوعي بالثقافة الرياضية بين فئة الشباب نظرا لأهمية الرياضة في بناء المجتمعات الحديثة. ويتركز دور الرياضة في التنمية على المورد البشري، على الإنسان الذي هو هدف التنمية من جهة، وطاقة رئيسية من طاقاتها من جهة أخرى، وتأتي التربية الرياضية في قمة الوسائل الآيلة إلى بناء الإنسان فكريا وجسديا. (خضور، 1994، ص 36).

ومن الملاحظ أن إدارة التلفزيون الأردني قد أولت في الفترة الأخيرة اهتماما لزيادة البرامج الرياضية في القناة الرئيسية وأطلقت قناة خاصة للرياضة، لكن هذا الاهتمام ربما لم يكن كافيا أو مشبعا لحاجات الشباب واهتماماتهم.

ستحاول هذه الدراسة أن تدرس بعض المحاور المتعلقة بدور التلفزيون الأردني نحو فئات الشباب والشباب ذوي الميول الرياضية منهم بشكل خاص.

1-2: مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في الكشف عن دور التلفزيون الأردني في تنمية الثقافة الرياضية ونشرها لدى شريحة من الشباب الأردني، هم طلبة كليات التربية الرياضية في ثلاث جامعات حكومية: جامعة مؤتة، الجامعة الأردنية، جامعة اليرموك، وكذلك مدى رضا المشاهدين من فئة الطلبة الجامعيين في الجامعات الثلاث المذكورة عن البرامج الرياضية التي يبثها التلفزيون الأردني الرسمي.

وقد برزت تلك المشكلة في ضوء الانفتاح الواسع على وسائل إعلام متنوعة وافدة من شتى أرجاء العالم لتشارك الإعلام الأردني وتنافسها في التأثير على المتلقي والمشاهد الأردني عموماً، وفئات الشباب منهم خصوصاً الذين تعددت مجالات إشباع حاجاتهم للثقافة الرياضية عبر الكم الكبير من المصادر الإعلامية المتاحة، مما دفع الفرد للبحث عن إشباع حاجاته الإعلامية من مختلف الوسائل الإعلامية المتاحة.

1-3: أهداف الدراسة:

الهدف الرئيسي للدراسة هو التعرف إلى دور التلفزيون الأردني (الحكومي) في تنمية ونشر الثقافة الرياضية بين الشباب الأردني الجامعي، بعدد شريحة من الشرائح المهمة في المجتمع وأكثرها تعرضاً للتلفزيون بحكم حاجاتها العمرية أو حاجاتها المرتبطة بالاهتمام بالشأن الرياضي.

أما أهداف الدراسة الفرعية فيمكن إيجازها في الأهداف التالية:

- 5- التعرف إلى معدل المشاهدة لبرامج التلفزيون الأردني الرياضية من قبل طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية.
- 6- التعرف إلى العادات الاتصالية (أنماط التعرض) من قبل طلبة كليات التربية في الجامعات الأردنية لبرامج التلفزيون الأردني الرياضية.
- 7- التعرف إلى الحاجات التي يرغبها الطلبة المشاهدين من البرامج الرياضية من وجهة نظر طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية.
- 8- التعرف إلى مستوى الرضا لطلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية عن برامج التلفزيون الأردني الرياضية.

1-4: أهمية الدراسة:

إن لهذه الدراسة ولنتائجها أهمية في ثلاثة مجالات أساسية: أولهما المجال الإعلامي حيث سيتم التعرف من خلال النتائج على أداء التلفزيون الأردني ودوره في تنمية الثقافة الرياضية. والأهمية الثانية تتصل بالناحية التربوية الرياضية والتقدم في هذا المجال، حيث ستساعدنا الدراسة في التعرف على بعض الحاجات التربوية الرياضية للشباب الأردني. والأهمية الثالثة تتمثل في إمكانية استفادة إدارة التلفزيون الأردني خصوصاً والمحطات التلفزيونية عموماً من نتائج هذه الدراسة في تحسين البرامج الرياضية الموجهة إلى شرائح الشباب إذا ما أرادت تحقيق المزيد من التقدم والانجاز.

1-5: أسئلة الدراسة وفرضياتها:

السؤال الأول: ما دافعية مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني لدى طلبة كليات

التربية الرياضية في الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك؟

السؤال الثاني: ما مستوى مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك

للبرامج الرياضية في التلفزيون الأردني؟

السؤال الثالث: ما معدل مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية الثلاث للبرامج الرياضية في

التلفزيون الأردني؟

السؤال الرابع: ما الوضعية الاجتماعية لطلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية،

اليرموك أثناء مشاهدتهم للبرامج الرياضية في التلفزيون الأردني؟

السؤال الخامس: ما أوقات مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني من قبل طلبة

الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك؟

السؤال السادس: ما البرامج الرياضية الأسبوعية التي يحرص طلبة الجامعات الأردنية الثلاث

على متابعتها؟

السؤال السابع: ما البرامج الرياضية الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني من وجهة نظر

طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك؟

السؤال الثامن: ما نوع الألعاب الرياضية التي يحرص طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة،

الأردنية، اليرموك على متابعتها؟

السؤال التاسع: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تحسين الثقافة القانونية الرياضية

للطلبة في الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك؟

السؤال العاشر: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تعزيز حب الطلبة للألعاب الرياضية في

الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

السؤال الحادي عشر: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الطموح في المجال

الرياضي للطلبة في الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

السؤال الثاني عشر: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الصحة النفسية للطلبة في

الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

السؤال الثالث عشر: ما مستوى الرضا لطلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية،

اليرموك عن أسلوب التلفزيون الأردني في تغطية البرامج الرياضية؟

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة البرامج الرياضية في

التلفزيون الأردني تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في

التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي.

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في

التلفزيون الأردني تعزى لمكان الإقامة.

الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العادات الاتصالية لدى مشاهدة

البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي.

الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للسنة الدراسية للطالب.

الفرضية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أولويات الطلبة نحو البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للسنة الدراسية.

الفرضية السابعة : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أولويات الطلبة نحو البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي.

1-6: حدود الدراسة:

إن حدود الدراسة الزمانية تبدأ من الشهر الأول (شباط) وحتى أوائل شهر حزيران/ يونيو في عام 2011 (وهي الفترة المحصورة في الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي الجامعي 2010/2011) إذ تم في هذه الفترة تطبيق أداة الدراسة (الاستبيان) على عينة الدراسة من طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك أما الحدود المكانية فهي طلبة كليات التربية الرياضية في ثلاث جامعات أردنية حكومية وهي: جامعة مؤتة في الجنوب (الكرك)، الجامعة الأردنية في الوسط (عمان)، وجامعة اليرموك في الشمال (إربد).

1-7: محددات الدراسة:

بما أن الدراسة أجريت على شريحة محددة من الشباب الجامعي وفق نظام العينة العشوائية الطبقية فإنها ستكون صالحة لتعميمها على أفراد العينة أو أفراد مجتمع الدراسة فقط، وربما لا

ينطبق ذلك على شرائح أخرى من الطلبة الجامعيين أو الشباب في المجتمع لاختلاف الخصائص والظروف.

كذلك يشار إلى محددات الاستبيان، إذ إن الاستبيان عموماً قد يعاني من عدم دقة الاستجابات للمبحوثين أحياناً، أو أن بعض المبحوثين قد يمتنعون عن تقديم إجاباتهم. لكن طبيعة الشريحة التي طبقت عليها الدراسة، من شأنها التخفيف من تلك المحددات، باعتبار أن طلبة الجامعات لديهم تفهم جيد لتطبيق الاستبيان، خصوصاً أن مجال تخصصهم العلمي في التربية الرياضية، ويفترض أن تكون استجاباتهم أكثر دقة .

1-8: مصطلحات الدراسة:

التلفزيون: يعرف التلفزيون حسب بعض المعاجم بأنه "وسيلة من وسائل الاتصال تعتمد على الصورة والصوت في آن واحد"، وكلمة (TELEVISION) مكونة من مقطعين، TEL ومعناها المكان البعيد، و VISION ومعناها رؤية، أي نقل الصورة من بعيد. (شطاح، 2007، 12)

الثقافة (المعرفة) الرياضية: المقصود بالثقافة الرياضية هي كل المعلومات الرياضية التي لدى الفرد وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذلك السلوك الرياضي، فهي أعم وأشمل من الموقف والاتجاه. (عويس وعبد الرحيم، 1997، 45)

الإعلام الرياضي: هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القوانين والقواعد الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي. (عويس وعبد الرحيم، 1997، 22)

التلفزيون الأردني: التلفزيون الرسمي في المملكة الأردنية الهاشمية، وهو مؤسسة حكومية تتبع لمؤسسة الإذاعة والتلفزيون. تم إرساء حجر الأساس لمبنى التلفزيون في 11 تموز 1966 بدء العمل بأربع ساعات بث يوميا وازدادت لاحقا لتغطي كامل ساعات اليوم . تحول التلفزيون الأردني إلى نظام الألوان اعتباراً من العام 1974، وكان تحقيق الاندماج بين الإذاعة والتلفزيون عام 1985 من أجل إحداث تكامل بين جهازين مهمين إثر صدور قانون مؤسسة الإذاعة والتلفزيون في ذلك العام . (موقع التلفزيون الأردني على الإنترنت)

9-1: المصطلحات الإجرائية:

الدور Role : ويقصد به مساهمة برامج التلفزيون الأردني في تنمية ونشر الثقافة الرياضية من وجهة نظر الطلبة المبحوثين.(الباحث)

وتعرف من الناحية الإجرائية: بأنها مجموعة البرامج التي تخص الألعاب الرياضية، وتشمل المعارف التي تساعد على الإلمام بقواعد وقوانين الألعاب ومعرفة أخبار الأنشطة الرياضية المختلفة وتشمل أيضا المعارف المتعلقة بالصحة الرياضية وتشمل كذلك كل الصور والبيانات المتعلقة بالأنشطة الرياضية المختلفة. (الباحث)

البرامج الرياضية: هي أية برامج تبث عبر شاشة التلفزيون تتعلق بالأقوال أو بالأنشطة أو الأخبار أو الصور الرياضية، بغض النظر عن قالب أو الشكل الذي تقدم به.(الباحث)

طلبة كليات التربية الرياضية : هم كل الطلبة من الجنسين (ذكورا وإناثا) المسجلين في كلية التربية الموزعين على السنوات الدراسية الأربع في الجامعات الأردنية الثلاث : مؤتة، الأردنية، اليرموك.(الباحث)

دافعية المشاهدة: أي فيما إذا كانت تتم بتخطيط أو بالصدفة العابرة.

العادات الاتصالية: هي العادات التي يمارسها المشاهدون أثناء متابعة برامج التلفزيون من حيث مستوى المشاهدة، ومن حيث وقت المشاهدة ووتيرتها، ومن حيث معدل مجموع ساعات المشاهدة، ومن حيث "الوضعية الاجتماعية للمشاهدة". (الباحث)

مستوى المشاهدة: ويقصد بها وتيرة المشاهدة أو مدى انتظامها (دائماً، غالباً، أحياناً، نادراً). (الباحث)

أوقات المشاهدة: ويقصد بها أوقات المشاهدة في النهار أو في الليل أو حسب وقت بث البرامج الرياضية. (الباحث)

الحرص على المشاهدة: وهي تشير إلى مدى الاهتمام أو الإصرار على المشاهدة. (الباحث)

الوضعية الاجتماعية أثناء المشاهدة: ويقصد بها طبيعة الموقف الاجتماعي الذي يكون فيه المشاهد حين مشاهدته للبرامج الرياضية، وذلك من حيث اشتراكه مع بعض أفراد الأسرة أو بعض الأصدقاء أو منفرداً أو ضمن جمهور عام. (الباحث)

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

2-1: مقدمة:

يتزايد الاهتمام بالرياضة على كافة المستويات يوما بعد يوم، ولا يوجد خلاف على أهمية الرياضة في تنمية شخصية الفرد، وكذلك في المساهمة في جهود التنمية الشاملة على كافة المستويات، ولذلك فإن الإعلام الرياضي بات يحظى بمزيد من الاهتمام في وسائل الإعلام المختلفة، خصوصا التلفزيون بعد أن تبين أن البرامج الرياضية المعروفة من خلال وسائل الإعلام يمكن أن تكون تجارة رابحة للكثير من الجهات التي تعمل في هذا المجال، سواء كانت من شركات إعلان وترويج إلى الشركات المعلنة في مختلف المجالات.

وبسبب تلك الأهمية التي تكتسبها الرياضة بشكل عام، ومن ثم الإعلام الرياضي بشكل خاص، فقد بات التخطيط الإعلامي ومن قبله التخطيط التنموي يولي اهتماما كبيرا بذلك الحقل من النشاط الإعلامي، خاصة إن الرياضة تعنى بفئات الشباب بالدرجة الأولى، تلك الفئات التي تعد أكبر شرائح المجتمع في الدول النامية بشكل خاص، ولذلك فإن أمر الرياضة والشباب ووسائل الإعلام يتطلب الدراسة المستمرة والمتجددة كي يتوفر لكل المعنيين بفئة الشباب ومنهم وسائل الإعلام ما يكفي من البيانات والمعلومات للوصول إلى أهداف وخطط متجددة ترتقي بالمجتمع بكافة فئاته وبفئة الشباب خصوصا التي تحتاج إلى المزيد من الرعاية.

وبالرغم من عدم وجود اتفاق بين علماء الاتصال الجماهيري على الكيفية التي تؤثر بها وسائل الإعلام بصفة عامة والإعلام الرياضي بصفة خاصة على الجمهور، إلا أن هناك إجماعا على تأثير تلك الوسائل. ولهذا أصبح تأثير وسائل الإعلام الرياضي على الجمهور مجالا ضخما قائما بذاته له نظرياته وابعائه الخاصة . (عويس وعبد الرحيم، 1997، ص 29).

ويبدو أن النظريات التي تناولت تأثير الاتصال الجماهيري على المتلقين تدور في حلقة أو في دائرة، ذلك أننا نجد أن نظرية ما تصبح هي النظرية السائدة والمنتشرة في وقت من الزمن، وقد تطول أو تقصر، فتظهر بدلا منها نظرية أخرى قد لا تكون مفاهيمها هي ذات مفاهيم النظرية الأولى ثم تصبح هي النظرية السائدة، وبعد فترة أخرى قد نعود مرة أخرى لنظرية كانت سائدة في زمن مضى. (طلعت، 2003، ص 97) وهذا ما يفسر قيام بعض الباحثين في الدراسات المختلفة بتبني نظريات مختلفة رغم أنها تتناول المجال نفسه أو المشكلة نفسها، وهذا في حد ذاته لا يعدّ نقصا بالضرورة بقدر ما يعدّ تكاملا في الدراسات وتعاوننا بين النظريات والدراسات لتفسير ظاهرة الاتصال والإعلام، هذه الظاهرة متعددة الجوانب باعتبارها ظاهرة إنسانية متغيرة ومتطورة ومتنوعة من مجتمع لآخر ومن مرحلة زمنية لأخرى، ومن حقل لآخر.

ويرى أحد الاتجاهات أن تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام في المجال الرياضي على الجمهور يحتاج إلى خبرة طويلة حتى تظهر آثاره من خلال عملية تراكمية ممتدة زمنيا تقوم على تغيير المواقف والمعتقدات والقناعات الرياضية وليس على التغيير المباشر الأنّي لسلوك الإنسان. (الحضيف، 1994، 31)

وهناك من الباحثين من يرى بأن من المبادئ الأساسية لتحقيق التأثير القوي لوسائل الإعلام والاتصال تتمثل بما يلي (العبد الله، 2010، 288):

1- إعادة الرسائل الإعلامية والاتصالية على مدى زمني معين (التكرار).

2- التركيز على جمهور معين تستهدفه الرسالة الإعلامية والاتصالية.

تحديد الأهداف بعناية لكي يقوم القائم بالاتصال بإنتاج رسائل منسجمة مع هذه الأهداف.

ولقد اتضح أن العلاقة بين المنتج - والمؤسسة - والموضوع - والجمهور هي علاقة معقدة جدا تستعصي على المنطق الحسابي البسيط المتمثل في درجة إقبال الجمهور، المستوى، وعدد

القراء، والنجاح، والمبيعات، وغير ذلك. ومن الناحية الاجتماعية الثقافية نجد أن الجماهير هي عبارة عن كيانات مصنعة ومعقدة للغاية، فقد يحركها بشكل مؤقت موضوع معين في ظروف شديدة الاختلاف والتنوع، وبدرجات متفاوتة من الإقبال، والمعرفة، والانتباه، ولكن في جميع مجالات الإنتاج الثقافي هناك محاولة مستمرة ومنطقية في إطار المؤسسة الاجتماعية لإنتاج موضوعات تناسب جماعات معينة من الناس قابلة للزيادة (روي، 2006، 73) وهذا يعني أن على وسائل الإعلام الاستمرار بالاهتمام بدراسات الجمهور ليس بوصفه عددا كبيرا من الأفراد المشاهدين، بل بوصفه عددا من الشرائح الاجتماعية والديموغرافية التي تتنوع احتياجاتها الإعلامية والثقافية.

إن الإعلام الرياضي بأنواعه المختلفة من صحافة رياضية وبرامج رياضية إذاعية وتلفزيونية يؤثر تأثيرا كبيرا في الوقت الحالي على تهيئة الرأي العام لقبول أو رفض القرارات التي تصدر عن أي هيئة أو مؤسسة رياضية.

ويجب، أن يتنبه المخططون لوسائل الإعلام، والمختصون بعمليات التنمية المجتمعية الشاملة إعطاء شرائح الشباب أهمية مناسبة في التخطيط الإعلامي باعتبار أن الشباب هم عماد الوطن وقياداته في المستقبل القريب، ولا بد أن تشبع حاجاتهم المعرفية والنفسية والتعليمية ومنها الحاجات الرياضية التي تتضمن كل تلك الأبعاد، لذلك كان لا بد من وجود تخطيط استراتيجي وسياسة مدروسة من خلال البرامج المختلفة التي تقدم في وسائل الإعلام الوطنية ومنها ما يخص الرياضة كشأن ثقافي اجتماعي وتربوي على وسائل الإعلام الوطنية الاهتمام به أشد الاهتمام.

وأنه من ضرورات التخطيط الإعلامي الرياضي القيام بدراسات دورية في هذا المجال، فلا نركن إلى الدراسات السابقة حتى لو أعدت في الحقل نفسه، وحول الشريحة نفسها، ذلك أن

حيثيات المجال لا بد أن تتغير وتتطور من وقت إلى آخر، خصوصاً أننا في زمن التغير السريع الذي تلعب فيه وسائل الإعلام دوراً كبيراً.

ولا بد للسياسات الإعلامية التي تنتهجها وسائل الإعلام في الأردن - كذلك - من رؤيا استراتيجية شاملة، وهذا ما توفره توجيهات جلالة الملك عبد الله الثاني لأولئك المعنيين بوضع أسس هذه السياسية في وسائل الإعلام الأردنية بما فيها التلفزيون، وقد جاء في رسالة لجلالة الملك إلى جريدة الدستور الأردنية بمناسبة مرور أربعين عاماً على صدورها بتاريخ 27 آذار 2007، تأكيد جلالته على "الالتفات بعناية وبحرص لقطاع شبابنا الأردني الواعد، بهدف عرض المشاكل التي تواجهه ومناقشتها وطنياً وعلنياً لترسيخ ثقافة شبابية جديدة، تجسد أفضل القيم الأردنية." ، وفي نهاية الرسالة يوجه جلالته وسائل الإعلام متمثلة بالصحافة الأردنية على تحمل مسؤولية الاهتمام بالشباب الأردني، قائلاً: "إنّ الدستور وزميلاتها الصحف الأخرى، ستكون على قدر مسؤولية رعاية الشباب الأردني والالتفات إلى همومه وتناول قضاياها." (جريدة الدستور، 2007، العدد 14677)

2-2: النظريات المفسرة للإعلام:

كثيرة هي النظريات التي تناولت تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، ولا نستطيع هنا أن نستثني أيّاً منها، ونعتبرها كلها مفيدة لتبيان جوانب مختلفة من تأثير وسائل الإعلام تجاه الجمهور، ولكننا سنحاول الاسترشاد ببعضها خصوصاً نظرية الغرس الثقافي، ونظرية الاشباع والاستخدامات، أما الأولى تقدم مفاهيم مفيدة وجيدة، ذلك أن الرياضة هي أحد جوانب الثقافة بشكل عام، إذ تعرف الثقافة في أبسط تعريفاتها، بأنها كافة المعارف والعلوم والفنون والآداب

التي يتعلمها أفراد المجتمع أثناء حياتهم، ويعرف عالم الاجتماع بارسونز الثقافة بأنها "تتكون من تلك النماذج المتصلة بالسلوك ومنتجات الفعل الإنساني التي يمكن أن تورث، بمعنى أن تنتقل من جيل إلى جيل بصرف النظر عن الجينات البيولوجية" (نقلا عن: أحمد، 2007، ص 46). لكن وسائل الإعلام غالبا ما تعتمد ما يسمى التعريف الخاص للثقافة الذي يحاول أن يحصر النشاط الثقافي في عدد من المجالات، وكما يورد أبو إصبع (أبو اصبع، 1999، 43) فإن وسائل الإعلام وخصوصا المطبوعة منها كان لها الفضل في بلورة ملامح هذا المفهوم الخاص. وهو مفهوم أكثر ارتباطا بمفهوم التنمية الفكرية واكتساب المعارف والآداب والفنون وترقية القدرة على التذوق والمعرفة الشاملة.

وقد نبهت نظرية الغرس الثقافي إلى أن تأثير وسائل الإعلام يجري من خلال التراكمية في عمليات التأثير في المستويات المعرفية (المعلومات) وكذلك في المستويات النفسية (الاتجاهات). لكن نظرية الغرس الثقافي لا تقدم تفاصيل محددة عن كيفية تراكم الثقافة لدى المتلقين أو المستخدمين، وهي تهتم أكثر بالأثر الوهمي أو المتخيل الذي يجري بناؤه من خلال التعرض المكثف لبرامج التلفزيون المختلفة.

و تعدّ نظرية الغرس Cultivation Theory تصويرا تطبيقيا للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى و تشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات. حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم خصوصا للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة.

ولذلك تربط هذه النظرية بين كثافة التعرض - مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة- واكتساب المعاني والأفكار والمعتقدات والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن

العالم الواقعي أو الحقيقي. وترى النظرية أن مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي يؤكد الصور النمطية ووجهة النظر المنتقاة التي يتم وضعها في الأخبار والأعمال التلفزيونية، وقوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها في محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية التي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة. (عبد الحميد، 1993، 37)

تعدّ نظرية الغرس الثقافي مرجعية نظرية لهذه الدراسة لذلك رغبتنا بالإشارة الموجزة لها لأنها تقدم مفاهيم مهمة تتعلق بهذه الدراسة، وذلك في نقطتين أساسيتين:

1- التراكم المعرفي من خلال التعرض الكثيف للتلفزيون.

2- وأن قوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها في محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية التي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة.

أما نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification فهي تعنى بالأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجته الكامنة في داخله. ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبياً يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها. فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعاً لهم، وكلما كان مضمون معين قادراً على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له. (عبد الحميد، 1997، ص 111-112)

ومن خلال التركيز على المتلقي فإن هذا النموذج يرى أن الأفراد يستعملون الرسائل الاتصالية لأمر كثيرة قد لا يكون لها علاقة بالهدف الذي استهدفه المتصل. ولذلك فإن هذا النموذج يرى بأن استخدامات الجمهور للاتصال سوف تلعب دوراً وسيطاً في عملية التأثير المتوقعة للاتصال. ذلك أن الأفراد بدلاً من أن يكونوا مستقبلين لرسائل الاتصال فإنهم يسعون إلى استعمال وسائل

الاتصال بما يتعلق مع حاجاتهم، ويشبعون بذلك حاجات عديدة لديهم ليس بالضرورة أن يتم

إشباعها عن طريق وسائل الإعلام (أبو اصبح، 2010 ، 132)

وتستند نظرية الاستخدامات والإشباع على الافتراضات التالية:

1- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم

أهدافاً مقصودة تلبي توقعاتهم.

2- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى

الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.

3- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته،

فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم

الأفراد.

4- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن

يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.

5- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال

وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

وتسعى نظرية الاستخدامات والإشباع إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي

يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه. الهدف الثاني: توضيح دوافع استخدام وسيلة

بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام. أما الهدف الثالث: فهو التركيز

على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال

الجماهيري. (إسماعيل، 2003، 254-255)

وتتألف نظرية الاستخدامات والإشباع من عدد من النماذج، نشير إلى أهمها:

2-2-1: نموذج كاتز وزملاؤه (Katz. E, Etlal,1974)

يرى كاتز أن المواقف الاجتماعية التي يجد الأفراد أنفسهم فيها هي التي تعمل على إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام ووسائل الاتصال وإشباع الحاجات،، إذ إن المواقف الاجتماعية يمكن أن تسبب التوتر والصراع اللذين يشكلا ضغطا على الفرد مما يجعله يسعى إلى استخدام وسائل الاتصال. (عبد الحميد، 1997، 233)

2-2-2: نموذج روزنجرين (Rosengren ,K,E,1974)

يعرض هذا النموذج مجموعة من العوامل التي تشكل نظرية الاستخدامات والإشباع التي تبدأ من تولد بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان،، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد، وينتج عن ذلك مشكلات فردية وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات وإشباع الحاجات، ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الاتصال أو ممارسة أنشطة أخرى تحقق الإشباع المطلوبة. (مكاوي والشريف، 2000، 209)

2-2-3: نموذج بالم جرين وروبين (Rubin,Palm Green 1982)

يهتم هذا النموذج بالربط بين استخدام الفرد لوسائل الاتصال والإشباع المتوقعة من هذا الاستخدام، إذ يتم مقارنة الإشباع المتوقعة بالإشباع المتحققة فعليا (العبد، 2005، 17) ويلاحظ أن نظريتي الغرس الثقافي ونظرية الاستخدامات والإشباع تلقتان أو تتقاطعان في عدد من العناصر أو المبادئ، أهمها أن وسائل الإعلام تمارس تأثيرا ملموسا وفاعلا على اتجاهات الناس وعلى معارفهم وثقافتهم، وكتاهما لا تؤمنان بالتأثير السريع الذي تتادي به نظرية الطلقة السحرية، لكن نظرية الغرس الثقافي تبني مسلماتها على أساس سلبية الجمهور بعكس نظرية الاستخدامات والإشباع التي تفترض أن الجمهور إيجابي، فاعل ونشط، وهو

الذي يقرر الكثير من إشبعاته وحاجاته، لذلك فهو يستخدم وسائل الاتصال والإعلام لأنها توفر له بعض تلك الحاجات وتحقق له بعض الإشبعات النفسية والاجتماعية والثقافية أو المعرفية. ومن الملاحظ أن هذه النظريات التي أشرنا إليها آنفاً تقدم تفسيرات مفيدة في المسائل التي تطرحها الدراسة والأسئلة التي تبحث الدراسة عن إجابات لها، فجمهور المشاهدين من طلبة كليات التربية، كأى شريحة أخرى من المشاهدين، تتأثر بتراكم مشاهدة البرامج الرياضية مما قد يؤثر في اتجاهاتها أو طموحاتها أو معارفها الرياضية. كذلك تقدم نظرية الاستخدامات والإشبعات تفسيرات مهمة للبرامج الرياضية التي يسعى الطلبة لمشاهدتها، ذلك أن رغبات الطلبة وتفضيلاتهم من البرامج الرياضية تتنوع لأن رغباتهم وحاجاتهم متنوعة ومتغيرة، وهذه الشريحة من الطلبة ربما تكون من أكثر شرائح المشاهدين إيجابية ونشاطاً من حيث البحث عن إشبعات معينة من البرامج الرياضية، خصوصاً ان أفراد هذه الشريحة لديهم أفكار مسبقة وخبرات متنوعة في حقل الألعاب الرياضية التي تبت عبر وسائل الإعلام.

2-3: الدراسات السابقة:

تتنوع الزوايا التي تناولتها الدراسات السابقة القريبية من موضوع دراستنا هذه رغم قلة تلك الدراسات. ويمكن تصنيف هذه الدراسات بأكثر من تصنيف نشير إلى أحدها وهو الذي يصنف الدراسات إلى ثلاثة أنماط: الأول الدراسات المتعلقة بالتلفزيون الأردني عموماً، بمختلف الموضوعات التي تناولتها، سواء كانت رياضية أو غير رياضية، والثاني الدراسات التي تناولت الرياضة من الزاوية الإعلامية. أما الثالثة فهي تلك الدراسات التي تناولت دور الإعلام الأردني عموماً في مختلف القضايا التي تهم الوطن والمواطن.

وفيما يلي عرض لهذه الدراسات:

اختار (سودان والإمام 1982) دراسة معرفة دور الصحافة في تنمية الاتجاهات نحو التربية الرياضية لتلاميذ المرحلة الإعدادية في الإسكندرية ، ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة هو أن التلاميذ الذين يواظبون على قراءة الصفحة الرياضية لديهم اتجاهات إيجابية أكثر ممن يواظبون على قراءة الأبواب العادية، كما توصلت إلى عدم وجود فروق في اتجاهات التلاميذ بين المواظبين على قراءة الصحف العامة أو الرياضية ، واتضح أن قارئ الصحف لديهم اتجاهات إيجابية أكثر ممن لا يواظبون على قراءتها.

ورغم أن هناك اختلافات كبيرة بين دراسة (سودان والإمام) ودراستنا هذه في المجتمع الذي أجريت فيه الدراسة وفي الشريحة العمرية التي درستها، إلا أن هذه الدراسة أفادتنا في معرفة دور الصحافة في سياق تنمية شخصية الطالب وفي التأثير على اتجاهاته.

- وأجرى (الزعيبي، 1992) دراسة بعنوان اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني. وأظهرت الدراسة بأن ما نسبته (50.7%) من طلبة الجامعات

الأردنية غير موافقين بالشكل الكلي الإجمالي عن برامج المجلة الرياضية – وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات: من أبرزها الاهتمام بتعريف المشاهد بأهداف التربية الرياضية ، والتنوع في فقرات المجلة وزيادة عدد مرات العرض، إضافة إلى مشاركة الخبراء في تقديم البرامج كل حسب تخصصه.

وتختلف هذه الدراسة عن دراستنا الحالية في كونها تعنى فقط ببرنامج رياضي واحد من برامج التلفزيون الأردني فيما دراستنا الحالية تهتم بكافة أشكال البرامج الرياضية التي تبث من التلفزيون الأردني سواء القناة الأولى الرئيسية أو القناة الرياضية المتخصصة. لكن هذه الدراسة قريبة من دراستنا من حيث اهتمامها بالرياضة التلفزيونية من ناحية، وهي تهتم أيضا بنفس الشريحة العمرية (طلبة الجامعات) من ناحية أخرى، مما كان فيه فائدة لدراستنا هذه في المراحل المبكرة من إعدادها، خصوصا لناحية تصميم استبيان الدراسة.

- وفي البحرين، أجرت (الخاجة والبدن 1995) دراسة حول دور الإعلام البحريني في نشر الوعي الرياضي الأولمبي، وهدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على دور الإعلام في نشر الوعي الرياضي وذلك لتوضيح العلاقة الوثيقة بين الإعلام والرياضة في الوقت الحاضر، واعتمدت الدراسة على المقابلات والتسجيل، والاطلاع على المراجع والوثائق، مستخدمة المنهج التاريخي، وتضمنت إجراءات الدراسة جميع أفراد مجتمع الدراسة، وكانت نتائجها أن الإعلام البحريني يساير التقدم ويقوم بتقديم أفضل الخدمات عن طريق التلفزيون، الراديو، الصحافة، المؤسسات التعليمية، والرياضة للأجيال حرصا منه على تأكيد أهمية الإعلام في المجتمع.

وهذه الدراسة كانت مفيدة لدراستنا هذه من جانب أنها تحاول استكشاف فلسفات وسياسات الدولة التي توجه برامج وسائل الإعلام ومنها التلفزيون في سياق تحقيق التنمية البشرية.

وهدفت دراسة (القريني، 1995) التعرف إلى اتجاهات طلبة كليات المجتمع نحو الصحافة الرياضية ، واتضح من خلالها عدم وجود فروق بين الممارسين وغير الممارسين للنشاط الرياضي نحو الاتجاه الكلي للصحافة الرياضية، كما وجد فروق ذات دلالة إحصائية بمجال العاملين في الصحافة الرياضية وكذلك بين الطلاب والطالبات على البعد الكلي لصالح الطالبات في مجال الأهداف.

ولم يستفد الباحث من هذه الدراسة، لكن كان من الواجب الإشارة إلى هذه الدراسة كونها تتناول جانبا معينا من جوانب الإعلام الرياضي (الصحافة الرياضية).

- وفي دراسته للتعرف إلى دور الصحافة في تعميق القيم التربوية والثقافية والاجتماعية في مجتمع الأردني، توصل (القضاة، 1997) إلى أن الصحافة الرياضية في الأردن لا تتعامل مع الرياضة كأداة تربوية تسهم في إثراء ثقافة المجتمع وتعزيز القيم التربوية والاجتماعية وقد نفذت الدراسة من خلال استبيان تم توزيعه على المعنيين في قطاع الإعلام الرياضي، بالإضافة إلى دراسة وتحليل محتوى الصحف اليومية وهي (الرأي) و(الدستور) و(الأسواق). وتتمثل أهمية هذه الدراسة بالنسبة لدراستنا هذه في كونها تحاول استكشاف الدور التربوي والثقافي والاجتماعي للتلفزيون وبرامجه المختلفة في المجتمع الأردني خصوصا في قطاع المعنيين والمختصين بالشأن الرياضي، وبعض هذه المحاور هي من صلب اهتمام دراستنا هذه.

ومن الدراسات التي حاولت استكشاف العلاقة بين وسائل الإعلام والرياضة وفئة المعوقين دراسة (هاشم، 2004) الموسومة "تقويم إستراتيجية وسائل الإعلام الرياضي للمعاقين في مصر"، هدفت الدراسة إلى تحديد المعالم الرئيسية لإستراتيجية الإعلام الرياضي المصري للمعوقين (صحافة، إذاعة، تلفزيون) وتقويم إستراتيجية الإعلام الرياضي المصري للمعوقين لإبراز نقاط القوة والضعف، ووضع خطة مقترحة لإستراتيجية الإعلام الرياضي المصري

للمعوقين، واستخدم الباحث في دراسته المنهج المسحي، واشتملت عينة البحث على عينة مختارة من وسائل الإعلام الأكثر انتشاراً وتأثيراً وهي قناة النيل الرياضية في التلفزيون من خلال برنامج أبطال بلا حدود، وإذاعة الشباب والرياضة من خلال برنامج القفز فوق حواجز الصعب، والصحف القومية اليومية المصرية وهي صحيفة الأهرام ومجلة الأهرام الرياضي وصحيفة أخبار الرياضية. كما اختار الباحث عينة من القائمين على البرامج الإذاعية والتلفزيونية والمحررين للمواد الصحفية، وعينة من جمهور المعوقين بوجه عام تم اختيارهم بالطريقة الطبقيّة العشوائية لتمثّل المعوقين في مناطق جغرافية متباينة من جمهورية مصر العربية، واستخدمت استمارة تحليل مضمون المواد الصحفية والمواد الإذاعية والتلفزيونية، واستمارة استطلاع آراء القائمين على وسائل الإعلام الرياضي المقروءة والمسموعة والمرئية، واستبيان جمهور المعوقين من أفراد عينة البحث. واستنتج الباحث وجود قصور في التغطية الإعلامية الرياضية فيما يتعلق بالرياضة المعوقين، وغياب إستراتيجية إعلامية رياضية للمعوقين، وغياب للتخطيط والتنسيق بين الاتحاد الرياضي للمعوقين والمؤسسات الإعلامية الرياضية، وانخفاض عدد البرامج الرياضية المرئية والسمعية والمقروءة التي تعالج القضايا والأحداث مقارنة بالأسوياء، وأوصى الباحث بالتركيز على الشريحة التي يجب أن تخاطبها وسائل الإعلام الرياضي للمعوقين من خلال نوع الإعاقة والفئة الطبية والأنشطة الملائمة لكل فئة، وعمل دورات تدريبية للقائمين على وسائل الإعلام الرياضي لمعرفة كل ما هو جديد في رياضتهم، وتخصيص ساعات بث أكثر في الإذاعة والتلفزيون ومساحات أكثر في الصحافة لبرامج المعوقين، ووضع إستراتيجية مقترحة لوسائل الإعلام الرياضي للمعوقين في مصر.

أما عبيدات شيرين (2005) فقد أعدت دراستها للتعرف على دور وسائل الإعلام في نشر رياضة المرأة من وجهة نظر طالبات كليات التربية في أربع جامعات أردنية مراعية التوزيع

الجغرافي لها، واستخدمت الدراسة عينة من (381) طالبة، وقد توصلت الدراسة إلى "أن وسائل الإعلام لم تقدم الرياضة النسائية بالشكل المطلوب إلا في حالة مشاركتها بالألعاب التنافسية، مقابل اهتمام أكبر بالرياضة الرجال. وتوصلت كذلك إلى ضعف اهتمام وسائل الإعلام الرياضي بنشر المفهوم الحقيقي لرياضة المرأة ودعمها بشكل عام.

وتماثل هذه الدراسة مع دراستنا في جوانب جزئية أهمها الاهتمام بالثقافة الرياضية، غير أن الدراسة تختلف عن دراستنا الحالية في اقتصارها على رياضة المرأة واقتصار عينتها على الإناث من طالبات كليات التربية الرياضية. هذا فضلاً عن أنها بحث دور وسائل الإعلام كافة ولم تتخصص في أي منها.

- ودرس (أبو حسان، 2008) دور التلفزيون الأردني في خدمة المجتمع المحلي. وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى دور التلفزيون الأردني في خدمة المجتمع المحلي، من خلال وجهة نظر مشاهدي التلفزيون الأردني، وذلك على مدى قيام البرامج التي يبثها التلفزيون الأردني، بدورها مؤسسة اتصال جماهيري، بتزويد المشاهدين بالمعلومات والأخبار، والشؤون السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية والثقافية، وجعل المواطن على دراية بكافة أخبار وأحداث المجتمع الذي يعيش فيه. وللتعرف على حجم المشاهدة للتلفزيون الأردني على مستوى المحطة من جهة، وعلى مستوى البرنامج الواحد من جهة أخرى. وعلى البرامج والأنماط البرمجية المفضلة والأكثر تعرضاً ومشاهدةً في التلفزيون الأردني التي تحقق نسبة مشاهدة عالية، وماهية البرامج والأنماط البرمجية المختلفة التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها، تبعاً لمتغير أعمار أفراد العينة. وتتبع أهمية الدراسة من أهمية الدور الخدماتي الذي يؤديه التلفزيون الأردني في المجتمع المحلي، لكونه التلفزيون الرسمي الذي يقدم برامج ترتبط باهتمام وبقضايا وبمشاكل أفراد المجتمع المحلي اليومية. تم اختيار عينة طبقية عشوائية.

وأظهرت النتائج بأن نسبة عدد أفراد العينة الذين يشاهدون برامج التلفزيون الأردني بلغت 69,6%. بالمقابل نجد أن نسبة عدد أفراد العينة الذين لا يشاهدون التلفزيون الأردني بلغت 30,4% ، وتم اعتماد إجابة أفراد العينة ممن يشاهدون التلفزيون الأردني في استخراج النتائج الذي يبلغ عددهم 487 فرداً.

وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة عدد المشاهدين الذين يرون بأن التلفزيون الأردني ينقل هموم الوطن والمواطن بلغت 30,8% ، بالمقابل ، وجدت الدراسة أن نسبة عدد المشاهدين الذين يرون بأن التلفزيون الأردني لا ينقل هموم الوطن والمواطن بلغت 10,3% ، وأخيراً ، بلغت نسبة عدد المشاهدين الذين يرون بأن التلفزيون الأردني أحياناً يقوم بنقل هموم الوطن والمواطن بلغت 58,1% ، مع العلم بأنّ هناك ما نسبته 0,8% من أفراد العينة لم يقوموا باختيار الإجابة . ومن نتائج الدراسة بأن التلفزيون الأردني يخدم أفراد المجتمع المحلي بإعلامهم بالقضايا والأحداث الداخلية التي تمس همومهم ، وقد احتلت البرامج الإخبارية ونشرات الأخبار ، مرتبة متقدمة على باقي البرامج التي يبيثها التلفزيون الأردني .

وأوجه الشبه بين هذه الدراسة ودراستنا الحالية كان ضعيفا إلى حد ما، لكن كلا الدراستين اهتمتا بدور التلفزيون الأردني من جوانب مختلفة تلتقي تحت عنوان المشاهد الأردني، وهناك أوجه شبه في توزيع العينة من حيث اعتمادها على نسبة السكان في الأقاليم الثلاثة التي تتألف منها المملكة، وقد أفادت دراستنا من هذه الناحية في مقارنة النسب من أفراد العينة لكل أقليم من الأقاليم الثلاثة. هذا إضافة إلى أن بعض الأسئلة تتشابه في الدراستين خصوصا التفضيلات، لكن دراستنا هذه تظل متخصصة في البرامج الرياضية بشكل عام دون غيرها من أنواع البرامج التي تناولتها الدراسات السابقة.

- وأجرى (حرب، 2008) دراسة بعنوان "اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني". هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني في الفترة ما بين 10-11-2007 ولغاية 31-3-2008 أي للدورة البرمجية الأخيرة من عام 2007 والدورة البرمجية الأولى لعام 2008، ولتحقيق ذلك تم استخدام منهج مسح جمهور وسائل الاتصال لعينة قصدية من المجتمع الأردني بلغت (600) مفردة، أعمارهم فوق (15) سنة تم اختيارهم من جميع محافظات المملكة الاثنتي عشرة، ومقسمة على الأقاليم الثلاثة، نسبة وتناسب مع عدد السكان في الأقاليم. وقد خلصت الدراسة إلى ما يلي:

أنّ نسبة (91.2%) من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني، بينما لا تتعرض له نسبة (8.8%) . وأنّ نسبة (9.30%) من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني أقل من ساعة يومياً. وبينت الدراسة أن أكثر الأنماط البرمجية مشاهدةً من قبل أفراد العينة هي الأخبار والبرامج الإخبارية، إذ بلغت النسبة (52.2%)، وجاءت المسلسلات بالمرتبة الثانية وبنسبة (45.6%) . وحصل برنامج "يسعد صباحك" على أعلى درجة رضا من أفراد العينة وبنسبة (57.4%) ، وفي المرتبة الثانية " نشرة أخبار الساعة الثامنة مساءً " وبنسبة (9.46%) . ولكن جاءت درجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني بالمجمل منخفضة وبلغ المتوسط الحسابي (1.49) من (3) درجات. وزادت الاتجاهات السلبية للمشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني عن الاتجاهات الإيجابية، وقد بلغ المتوسط الحسابي للاتجاهات السلبية (2.23) من (3) بينما كان المتوسط الحسابي للاتجاهات الإيجابية (1.84) من (3). كما زادت الاتجاهات السلبية تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني عن الاتجاهات الإيجابية، وقد بلغ المتوسط الحسابي

للاتجاهات السلبية (2.68) من (3)، بينما كان المتوسط الحسابي للاتجاهات الإيجابية (1.85) من (3).

ومن أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة:

أ- إعادة النظر ببرامج الشباب التي يقدمها التلفزيون الأردني ، وإيلاء الشباب الاهتمام الأكبر لدورهم المهم في المجتمع .

ب- وضع إستراتيجية برامجية للتلفزيون الأردني واضحة الأهداف وضمن رؤية محددة، وتلبي رغبات واحتياجات المشاهدين ، لأن نسبة (74 %) من أفراد العينة أجابوا بأنّ للفنّات الفضائية تأثيراً كبيراً على حجم المشاهدة للتلفزيون الأردني.

ج- استحداث قسم للبحوث والدراسات ضمن الهيكل التنظيمي للتلفزيون الأردني بهدف التعرف على رغبات وحاجات المشاهدين ، لأن نسبة (58.4%) من أفراد العينة أجابوا بأنّ التلفزيون الأردني لا يجري بحوث المشاهدين للتعرف على رغباتهم واهتماماتهم.

وقد استفاد الباحث من هذه الدراسة، لأنها تتحدث عن برامج التلفزيون الأردني عموماً، ثم أنها تتناول شرائح اجتماعية (الشباب) وهي الشريحة نفسها التي تهتم بها دراستنا الحالية، هذا إضافة إلى أن الكثير من أسئلة الدراساتين جاءت متشابهة أو متقاربة. كذلك فقد استخدمت دراسة حرب نظرية الاستخدامات والإشباع وهي النظرية التي استخدمتها دراستنا هذه أيضاً.

- وقام (الحسن، 2008) بدراسة " اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية"، وهدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، وإلى معرفة العادات الاتصالية وأنماط المشاهدة، إضافة إلى حجم تعرضهم لهذه المحطات. ولبلوغ أهداف هذه الدراسة، قام الباحث بتصميم استبيان تكونت من (3) أجزاء:

الجزء الأول : البيانات الشخصية. الجزء الثاني: عادات وأنماط المشاهدة . الجزء الثالث: تقييم المحطات الفضائية العربية . تكون مجتمع الدراسة من جميع الطلبة المتحقين بالجامعات الأردنية الحكومية والخاصة . أما عينة الدراسة فقد شملت (5) جامعات تمثل جميع أقاليم الأردن، وتم انتقاؤها بالطريقة العشوائية البسيطة ، وهي ، اليرموك ، الهاشمية، الحسين بن طلال ، البتراء، وجرش. وبلغ عدد الاستبانات الموزعة (650)، والمستردة (572) بنسبة استجابة (88%). وتلخصت أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة فيما يلي : - جاءت محطة (MBC1) الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائية العربية ، تليها: (MBC2)، و(روتانا)، و(الجزيرة)، و(LBC). وتجدر الإشارة إلى أن (الفضائية الأردنية) جاءت بالمرتبة التاسعة تفضيلاً للمشاهدة من قبل الطلبة لمجمل المحطات الفضائية العربية .

وجاءت المحطات الفضائية العربية التالية الأدنى مشاهدة من قبل الطلبة: (الفضائية المصرية)، (العقارية!)، (Chatco)، (الاقتصادية).

- اتفق معظم الطلبة على أن الكليات الغنائية التي تبث عبر المحطات الغنائية العربية فاضحة وخادشة للحياء العام ولا تراعي الآداب.

- جاء نوع المحطات الدراما(المسلسلات والأفلام) الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة .

- جاء نوع البرامج الدرامية (المسلسلات والأفلام) الأكثر تفضيلاً من قبل الطلبة .

- يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من (1-2) ساعة يوميا في أيام الدوام والدراسة ، بينما ترتفع إلى (4) ساعات فأكثر في أيام العطل ونهاية الأسبوع .

- فترة السهرة من (8-11 مساء) هي الأكثر مشاهدة لدى الطلبة.

- الهدف الأبرز من المشاهدة هو الترفيه والتسلية ، ثم قتل الفراغ والملل.

- يجد معظم الطلبة المحطات الدينية تزيد من صلتهم من الله ، وتشدهم محاضراتها وبرامجها للمتابعة .

وخلصت الدراسة لمجموعة من التوصيات ، ومن أهمها:أ- زيادة حصة الشباب في برامج التلفزيون .ب- الاهتمام بالإنتاج الدرامي العربي .ج-فتح باب المشاركة للشباب في إعداد وإنتاج وتقديم البرامج الموجهة لهم . د- الابتعاد عما يخدش الحياء العام والآداب في الكليبات الغنائية التي تبثها المحطات الغنائية . هـ- تركيز بث برامج الشباب في فترة السهرة ، وفي أيام العطل ونهاية الأسبوع . و- تقديم برامج موجهة للشباب تنهض بهم ثقافيا ومعرفيا، وتزودهم بالعلم والتسلية الهادفة.

وقد استفادت دراستنا من هذه الدراسة بعض الشيء كونها قامت بدراسة عينة من طلبة الجامعات الأردنية وحاولت معرفة تفضيلاتهم في البرامج المختلفة وكذلك في التعرف على الأوقات التي يفضلها الشباب لمتابعة البرامج التلفزيونية المفضلة لديهم. وهذا واحد من أسئلة دراستنا الحالية.

أما دراسة (عريقات،2008) حول "دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007". تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007 في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الاتصال. ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام منهج مسح جمهور وسائل الاتصال لعينة من الشباب في الأردن بلغت (600) مفردة، من سن (18) عاما إلى (30) عاماً، تم اختيارهم بطريق العينة العرضية من جميع محافظات المملكة الاثنتي عشرة. وقد وزعت العينة على الأقاليم الثلاثة على النحو التالي: (300) مفردة لأقليم الوسط، و(150) مفردة لأقليم الشمال، و(150) مفردة لأقليم الجنوب. وقد تم تحليل محتوى البرامج التي قدمها التلفزيون الأردني أثناء الحملة الإعلامية .

من خلال اختيار عينة أخرى عمدية تمثلت في برنامجي (صوتك وطن، وصوتنا)، وتألفت العينة من (12) حلقة تلفزيونية تم تسجيلها من كافة محافظات المملكة الاثنتي عشرة.

وقد خلصت الدراسة إلى ما يلي:

كانت أكثر الوسائل الاتصالية التي تعرض لها الشباب أثناء الحملة الإعلامية لصالح المهرجانات الانتخابية 40,8%، وجاء التعرض للتلفزيون الأردني في الترتيب السابع 21,3%. وأظهرت الدراسة أن التلفزيون الأردني كان له دور ضعيف في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية، فقد جاءت درجة اعتماد الشباب على التلفزيون الرسمي في معرفة الشأن المحلي متوسطة. كانت نسبة من تابعوا البرنامجين (صوتك وطن وصوتنا) من الشباب كانت (32,8%) و(18,5%) على التوالي من مجمل العينة. أما الدوافع المعرفية عند الشباب الناتجة عن متابعتهم للبرنامجين فقد جاء المتوسط الحسابي بدرجة متوسطة. وهذا يبين أن التلفزيون الأردني لم يكن مصدراً للمعرفة لدى فئة الشباب عينة الدراسة. كما بينت نتائج تحليل المضمون لبرنامج (صوتك وطن) إن أكثر الأفكار وروداً في سياق الجمل الحوارية هي فقرة (الاختيار على أسس خدماتي محلي أي تقديم خدمات لمنطقته الانتخابية)، وبنسبة 20,8% للجنسيين.

وقد تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في كونها يدرسان دور التلفزيون الأردني وإن كان في مجالين مختلفين، وهما أيضاً يهتمان بالشريحة نفسها من الشباب كعينة للدراسة رغم أن عينة دراسة عريقات هي عينة قصدية بخلاف عينة هذه الدراسة التي اعتمدت العينة العشوائية النسبية.

- في موضوع السياسة الإعلامية في الأردن أجرى الخلايلة، سالم (2009) دراسة بعنوان السياسة الإعلامية الأردنية من خلال رؤية جلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين للإعلام، وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اهتمامات جلالة الملك عبد الله الثاني بن الحسين بما يقدم

من خلال وسائل الإعلام الأردنية، وذلك من خلال استخدام التحليل النوعي للرؤية الملكية للإعلام وصولاً لتقديم نموذج مقترح لسياسة إعلامية في الأردن وفق هذه الرؤية.

ولتحقيق هدف الدراسة اعتمد الباحث على المنهج النوعي الاستقرائي لمحتوى وثائق خطابات ورسائل جلالة الملك المهتمة بالإعلام وذلك خلال لعام 2009م، وتمت دراسة جميع المقالات والكلمات والرسائل وكتب التكليف والمقابلات التي أجريت وقدمت ووجهت من جلالة الملك عبد الله الثاني ابن الحسين، الواردة في الموقع لرسمي لجلالته؛ واعتمد أسلوب العينة القصدية الشاملة لتحقيق أهداف الدراسة.

وكانت أهم نتائج الدراسة على النحو الآتي:

أ- إن القضايا الإعلامية التي جاءت متضمنة في رؤية جلالة الملك عبد الله الثاني كانت متنوعة تشمل جميع القضايا التي تهم المجتمع الأردني الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية بل والأخلاقية كذلك، كذلك شملت المطالبة بالوقوف إلى جانب الدول العربية.

ب- طلب جلالته من الإعلام الكشف عن الحقائق وتقديم المعلومة الصحيحة للقضايا التي تخدم المواطن والوطن بكل تجرد وموضوعية، وبأن يتصف الإعلامي بالعدل والأخلاق الحسنة التي تبعده عن الشبهات، وأن يتحدى الظروف حتى يصل للحقيقة بشفافية.

ج- أهم معالم السياسة الإعلامية التي جاءت متضمنة في رؤية جلالة الملك عبد الله الثاني شملت: سياسات بناء الثقة، وبناء الهوية الإعلامية، ورفع وتنمية الكفاءة المهنية، وتنمية الصناعة الإعلامية، وتعزيز التشريعات والأطر المؤسسية، وتنمية الموارد البشرية، والأخلاقيات الإعلامية.

د- طالب جلالته بالتركيز على تحديث وتطوير التشريعات والأطر المؤسسية التي تخدم الإعلام بشكل قوي، والتوجه نحو استقلالية مؤسسات الإعلام وإداراتها.

وخرج الباحث بعدد من التوصيات كانت على النحو الآتي:

- أ- ضرورة الاهتمام بالقضايا الإعلامية وسياساتها بشكل مستمر، لأن الإعلام مرآة المجتمع.
- ب- وضع خطط زمنية وتصورات مستقبلية لرفع مستوى الأداء للعاملين في الإعلام الأردني من خلال توفير فرص التدريب، ورفع مستوى القدرات في المجالات التحريرية والفنية والإبداعية، ومواكبة التطورات والمتغيرات العالمية المتلاحقة في المجالات المذكورة.
- ج- إجراء دراسات تقييم إنجازات الماضي وإمكانات الحاضر واحتمالات المستقبل في سياسات الإعلام.

- د- إجراء دراسات مماثلة تطويرية أو تكاملية للخروج بسياسة إعلامية أردنية تتطرق وتراعي الرؤية الملكية للإعلام.

وقد استفاد الباحث من هذه الدراسة كونها تلقي الضوء على الرؤية العامة للإعلام الوطني وهي تمثل محاولات الحكومات على تجسيد هذه الرؤيا في برامج وسياسات المؤسسات الإعلامية وعلى رأسها التلفزيون الأردني.

ومن الدراسات الأجنبية ، دلت دراسة (Brasius and Kepplinger,1990) على وجود ارتباط نسبي بين أولويات الجمهور والتلفزيون في دراسته حول أخبار التلفزيون ووظيفة وضع الأولويات، حيث هدفت إلى التعرف على العلاقة بين أولويات التلفزيون وأولويات جمهور المشاهدين، واعتمدت الدراسة على عينتين تشمل الأولى عينة تحليلية للمضمون الإخباري بشبكتي التلفزيون الألماني الأولى والثانية، فيما ضمت العينة الثانية معاهد الرأي العام ونتائج الدراسات التي أجريت على ١٠٠ مفردة قاموا بترتيب أهم القضايا من وجهة نظرهم، وأكدت الدراسة أن التلفزيون هو الذي يضع الأولويات وليس العكس، وأن قدرة الصحف على وضع

أولويات القراء بالنسبة للقضايا القومية أكبر بكثير منها للقضايا الدولية، وكذلك بالنسبة للقضايا الطارئة أكبر منها للقضايا المستمرة.

2-3-1: تعليق على الدراسات السابقة:

تعدّ جميع الدراسات التي اطّلع عليها الباحث مفيدة في جوانب مختلفة وإن تراوح مستوى الفائدة بين الكثير والقليل، فالدراسات الأكثر قرباً من هذا البحث والتي استفاد منها الباحث هي تلك الدراسات التي تناولت برامج التلفزيون الأردني من هذه الزاوية أو من تلك، وستكون الفائدة أكثر حينما تكون الدراسة على شريحة الشباب، وقد لاحظ الباحث أن أغلب الدراسات حول التلفزيون الأردني تعطي الاهتمام الأكبر لشريحة الشباب نظراً لكونهم الأكثر استعداداً للتأثر ببرامج التلفزيون فضلاً عن كونهم من أكثر الشرائح الاجتماعية متابعة لبرامجه، خصوصاً في المجال الرياضي، حيث صارت الرياضة تستأثر على اهتمام الكثير من أفراد هذه الشريحة، ليس في الأردن وحسب بل في معظم بلدان العالم مما يعني أن البرامج الرياضية تشبع حاجات أساسية لدى أفراد هذه الشريحة وتحقق لهم إشباعات معينة مثل التسلية وتنمية الطموح والتنافس وتنمية المعارف المختلفة في هذا الجانب ومنها المهارات الرياضية والقوانين أيضاً. وتمثلت جوانب الفائدة أيضاً في الاطلاع على طريقة اختيار العينات وتصميم أسئلة الدراسة وأسئلة الاستبيان، وكذلك تجنب التكرار من خلال طرح أسئلة جديدة وتحديد أهداف جديدة للدراسة بما يواكب التغيير والتطور في الإعلام وبما يتناسب مع تخصص هذه الدراسة في الثقافة الرياضية من خلال كافة برامج التلفزيون الرياضية مما لم تطرقه دراسة أخرى من الدراسات السابقة.

2-3-2: ما يميز هذه الدراسة:

1- اهتمت الدراسة بموضوع الثقافة الرياضية من خلال التلفزيون وقياسها فيما أن أغلب الدراسات ركزت على دراسة الاتجاهات. فيما تعدّ الثقافة الرياضية أعم وأشمل من الاتجاه لأنها تشمل كل المعلومات الرياضية التي لدى الفرد وتشمل القيم والمعتقدات والمواقف والآراء التي تخص المجال الرياضي وكذلك السلوك الرياضي، فهي أعم وأشمل من الموقف والاتجاه.(عويس وعبد الرحيم، 1997، 45)

2- تميزت دراستنا هذه بأنها جعلت من كافة البرامج الرياضية موضوعا لها بخلاف الدراسات الأخرى، فقد ركزت دراسة (الزعبي 1992) على دراسة المجلة الرياضية فقط في التلفزيون الأردني. وركزت دراسة (الخاجة والبدن 1995) على الوعي الرياضي في الألعاب الأولمبية فقط.

3- تخصص هذه الدراسة في دراسة برامج محددة في التلفزيون الأردني بخلاف دراسة (عبيدات 2005) التي لم تتخصص بدراسة مؤسسة أو قناة إعلامية محددة واقتصرت أيضا على دراسة رياضة المرأة ، فيما جاءت دراسة (أبو حسان، 2008) لتدرس دور التلفزيون عموما في خدمة المجتمع بلا تخصيص.

2-4: مباحث الإطار النظري

2-4-1: تمهيد:

إن لوسائل الإعلام تأثيراً واضحاً على اتجاهات الناس عموماً ما دامت تزودهم بالأخبار والصور والمعلومات في شتى مناحي الحياة، وما يتخيله الناس أو ما يعرفونه عن موضوعات كثيرة لم يجربوها إنما يعود الفضل في ذلك إلى وسائل الإعلام، ولذلك لم يكن دور الإعلام دوراً هامشياً في المجتمع أو بالنسبة للفرد أيضاً.

إن المنظومة الإعلامية الاتصالية أصبحت منظومة أساسية من منظومات المجتمعات الحديثة والدول العصرية وكذلك الحاجات الفردية والجماعية، وأصبح الاتصال عنصراً أساسياً من عناصر التطور والتنمية في المجتمعات الحديثة. (رشتي، 1980، 9).

ولوسائل الإعلام دور مهم في تنمية الميول والمعارف والاتجاهات لدى الشباب ولا خلاف على ذلك بين المختصين ، ويندرج في ذلك الدور الذي تمارسه وسائل الإعلام في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب والتأثير الذي تحدثه على ميولهم واتجاهاتهم وخياراتهم للمستقبل سواء نحو تخصصاتهم التي يختارونها للدراسة الجامعية أو نحو الأعمال والوظائف التي يرغبونها ويطمحون إليها. هذه الثقافة وذلك الأثر الذي يعدّ أمراً مهماً في بناء وتنمية شخصية الشباب الذين هم عماد التنمية الشاملة في المجتمع بما في ذلك التنمية الرياضية، وبناء الشخصية الرياضية.

وقد أولت وسائل الإعلام الأردنية الاهتمام الكبير للشباب في برامجها من خلال ما تعكسه الخطط والبرامج المعتمدة في هذه الوسائل، فأفردت الصحف المطبوعة صفحات ثابتة للرياضة وللشباب، وكثيراً ما تصدر ملاحق دورية للرياضة أو غير دورية في المناسبات الرياضية المهمة ، وكذلك فعل التلفزيون والإذاعة إذ بثا برامج رياضية ثابتة ودورية في كل الدورات

البرامجية، ومنذ سنة 2009، أطلقت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الرسمية إذاعة جديدة متخصصة في الرياضة هي إذاعة "هدف إف إم" لتتخصص بهذا الجانب المهم الذي يتوجه إلى الشباب عموماً وللرياضيين والمهتمين بالرياضة خصوصاً مما يؤكد أهمية الإعلام الرياضي ويعكس مدى الاهتمام الذي توليه وسائل الإعلام الرسمية وكذلك غير الرسمية بهذا المجال. ورغم أن الموضوعات التي تقدمها وسائل الإعلام الرياضية ليست سلعا مفيدة، لكنها تعد ذات قيمة كبيرة، ويرجع السبب في ذلك إلى وجود وسائل الإعلام الرياضية في بيئة اقتصادية يتم فيها إنتاج الكثير من السلع بالجملة طبقاً لمعايير معينة. (روي، 2006، ص 148)

2-4-2: نفيون في تحقيق الإشباع المختلفة للشباب

استحوذ التلفزيون على العدد الأكبر من الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام إلى جانب الصحف المطبوعة، وقد مالت الكثير من هذه الدراسات إلى التأكيد على دور التلفزيون في التأثير على الرأي العام وعلى الاتجاهات لمختلف شرائح الناس، وتأتي هذه النتائج من حقيقة جمع التلفزيون للصوت والصورة معاً، مما يخاطب حاستي السمع والبصر، ليكون أكثر إقناعاً بالرسائل التي يقدمها إلى الجمهور.

ويؤدي التلفزيون الوظائف الرئيسية كالإعلام والإخبار والتنقيف والتعليم والتوجيه والإرشاد والترفيه والتسويق ودعم القيم السائدة في المجتمع أو تقويضها. فالتلفزيون قادر على استقطاب انتباه الجمهور ساعات طويلة لمشاهدة برامج مختلفة دون الحاجة إلى استعدادات خاصة كالذهاب إلى السينما أو المسرح فضلاً عن مجانية ما يقدمه أو رخص ثمنه في معظم دول العالم. (الدليمي، 2005، 35)

ويعيش الإنسان اليوم عصرا معلوماتيا بكل معنى الكلمة، إلى جانب كونه عصر الصورة أيضا، وتشكل جميع وسائل الاتصال الجماهيري مصدرا مهما لاكتساب المعرفة والمعلومات وبناء الصور الحقيقية أو المتخيلة. وربما أن أفضل طريقة لتقدير الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال الجماهيري، وفي مقدمتها التلفزيون، هو أن ننخيل عدم وجود هذا النظام المجتمعي الذي نعيش فيه، فكيف ستنمك المحال التجارية والمصانع من تصريف وبيع سلعها ومنتجاتها، وهل ستنمك من معرفة ما يدور من أحداث في العالم؟ وما حقيقة هذه الأحداث؟ (Dominick,1997,81) بل وكيف سيتمك أكثر الناس من قضاء أوقات فراغهم في المساء أو في صباح العطل الأسبوعية والموسمية؟ وأين سيتجه الشباب لقضاء أوقات فراغهم وتلبية حاجاتهم من التسلية والترفيه؟ وكيف سيتمك الأغلبية من مشاهدة المباريات للرياضات التي يعشقونها حينما تكون في أماكن بعيدة لا يسهل الوصول إليها؟

ويعمل التلفزيون مع غيره من وسائل الإعلام الجماهيري على تشكيل ونشر الثقافة الجماهيرية، ويعرف الباحث (ديفيد مادن) الثقافة الجماهيرية: بأنها أي رسالة أو معلومة يتم إنتاجها ونشرها مباشرة أو غير مباشرة، وتصل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع. (Defleur &Dennis ,57, 1999) وتعدّ الوظيفة التثقيفية من أهم وظائف التلفزيون من خلال نشر المعرفة الهادفة وتعميمها، لأن نشر المعرفة يثري الشخصية، ويساعد في رقد مهارات الإنسان، وزيادة قدرته عبر مراحل نموه، ويمكنه من مواجهة المشكلات المستجدة والتغلب عليها. (الموسى،173،1995)

2-4-3: مزايا التلفزيون من الناحية الإعلامية:

بما أن التلفزيون استطاع أن يجمع الصوت والصورة والحركة معاً على شاشته، فقد وفر لذلك مجموعة من المزايا جعلته يتفوق على ما سبقه من الوسائل الأخرى (الصحف، الإذاعة، السينما)، و نشير إلى أهمها كما لخصها (حرب، 2008، 32)

- 1- الفورية: فهو يقدم الأخبار من مكانها وفي نفس وقت حدوثها.
- 2- التكاملية في نقل الواقع، إذ تتشارك أبعاد الصوت والصورة والحركة في رسم صورة واقعية متكاملة للحدث.
- 3- الانتشار الجغرافي أو تجاوز الحدود الجغرافية: إذ يمكن للبث التلفزيوني الوصول إلى أي مكان في العالم متخطياً كل الحواجز، خصوصاً بعد انتشار البث عبر الأقمار الاصطناعية.
- 4- تنوع جمهور التلفزيون، فهو يجذب كافة شرائح المجتمع من خلال التنوع في البرامج وأساليبها.

2-4-4: ت التلفزيون وسلبياته:

لخص بعض الباحثين إيجابيات التلفزيون للأسرة والمجتمع عموماً في النقاط التالية: (أبو الحمام، 2011، 209)

- 1- أسهم في نشر الوعي العام والسياسي منه خصوصاً بين مختلف فئات المجتمع.
- 2- أسهم في تحسين الوعي الصحي والبيئي على وجه الخصوص من خلال برامج الإرشاد والوعظ والدعاية والإعلان.

3- أسهم في الترويج للغة العربية الميسرة لكل فئات المجتمعات العربية مما حسن من التفاهم والتواصل بين شعوب البلاد العربية.

4- عملت التلفزيونات على توحيد المشاعر وتجميع التعاطف وتحسين التعاون بين المجتمعات العربية من خلال النقل السريع للأحداث والأنشطة التي تهتم المواطن العربي. ذلك أن الأحداث العربية لم تعد أحداثا داخلية بل قد تصنف بأنها قومية.

2-4-5: التلفزيون:

بيّن مؤلفا كتاب (الصحافة التلفزيونية) عددا من الخصائص التي ينفرد بها التلفزيون في عرضه للمواد الإعلامية، وذلك على النحو التالي: (بورتيسكي ويوروفسكي 1978: نقلا عن أبو عرجة، 2006، ص147)

1- إن عرض الأخبار تلفزيونيا هو ليس موضوعيا فقط، وإنما بطبيعته أكثر اتقانا أو استفاضة.

2- إن التلفزيون وسيلة فعالة ومتنوعة للتعليق والتحليل الصحفي... وهو يغزو مجالات مختلفة للكيان الاجتماعي لأنه أولا وأخيرا وسط عالمي للدعاية الأجنبية.

3- نقل فيض من المعلومات عن العالم إلى بيوت الجمهور يوما بعد يوم وفقا لخطه.

4- أصبحت شاشة التلفزيون التي امتصت المسرح والسينما والمشاهد المختلفة والعروض الموسيقية المتنوعة، أصبحت وسيلة للتربية الفنية والجمالية.

أما السلبيات، فيمكن تلخيص أهمها بالتالي:

قد يعمل التلفزيون على إضعاف العلاقة العاطفية بين أفراد الأسرة الواحدة ذلك أن التلفزيون يقلل من فرص التفاعل البيئي في الأسرة الواحدة .

1- إن التلفزيون ينافس الآباء والمعلمين على أدوارهم باستحواذه على أوقات أفراد الأسرة خصوصا الأطفال منهم.

2- إن ما يقدمه التلفزيون غالبا ما لا يقبل الحوار أو المقاطعة باعتباره إرسالاً من طرف واحد وعلى الطرف الآخر التلقي فقط. مما يعزز السلبية في الأفراد.

3- إن مصادر الإنتاج الإعلامي والإخباري والصور ظل حتى الآن تحت سطوة المنتجين الغربيين وخصوصا وكالات الأنباء ومراكز الإنتاج الأمريكية والأوروبية.(أبو الحمام، 2011،

(203-202)

2-5-1: الإعلام الرياضي وأهميته:

أصبح الإعلام الرياضي في عصرنا الحالي من الفروع الإعلامية الأكثر شهرة في وسائل الإعلام جنباً إلى جنب مع الإعلام الإخباري وربما يفوقه نظراً لتضافر مجموعة العوامل التي دفعت بهذا الاتجاه، منها اعتبار الرياضة نشاطاً تنموياً وصحياً وتجارياً وسياحياً وتربوياً في الوقت نفسه، ومنها أيضاً اتساع الفئات الاجتماعية التي تهتم بهذا النوع من الأنشطة الإعلامية، خصوصاً فئات الشباب الأكثر عدداً بين الفئات الاجتماعية الأخرى. ويعرف الإعلام الرياضي بأنه "عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق الرياضية وشرح القوانين والقواعد الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي". (عويس وعبد الرحيم، 1997، 22)

كذلك، فإن الرياضة والإعلام هما نشاطان إنسانيان قديمان قدم المجتمعات البشرية، لكن الإعلام الرياضي بمفهومه الحديث لم يتبلور إلا بعد أن وصل التطور في وسائل الإعلام مستوى كبيراً بحيث تحول نقل النشاط الرياضي إلى وظيفة متعددة الفوائد لعدد كبير من الناس، لذلك فقد جرى إنشاء الكثير من وسائل الإعلام المتخصصة في الرياضة منذ زمن مبكر في الدول المتقدمة، ووصل الأمر إلى الدول النامية حينما وصل فيها مستوى التقدم بما يسمح بذلك ويشجع عليه، لذلك فلا تكاد تجد دولة من الدول العربية إلا وفيها إما صحفاً رياضية أو مجلات أو إذاعات، أو قنوات تلفزيونية أو أكثر متخصصة بالرياضة، ومن تلك الدول المملكة الأردنية الهاشمية التي أطلقت إذاعة رياضية متخصصة هي إذاعة "هدف إف إم" وكذلك أطلق التلفزيون الأردني "القناة الرياضية" لبعض الوقت وأعاد إغلاقها، اهتمت العديد من المحطات التلفزيونية والفضائيات

بالرياضة من خلال تخصص قنوات مخصصة بالرياضة فقط كما فعلت قناة الجزيرة التي أطلقت قناة الجزيرة الرياضية بباقة من أربع عشرة قناة بعضها مشفر وبعضها مفتوح.

ويلاحظ اهتمام مختلف وسائل الإعلام على اختلاف تخصصاتها أو اهتمامتها بالأخبار والأنشطة والألعاب الرياضية، وتكمن أسباب هذا الاهتمام في سعي تلك الوسائل الاستثنائية بالمتابعة لمختلف البرامج وتحصيل نسبة رضا أعلى من قبل مشاهديها خصوصا فئات الشباب مما يحفز المعلنين أيضا على التوجه لهذه الوسائل للإعلان عن سلعهم.

فوسائل الإعلام المرئية تهتم بنقل الألعاب الرياضية لتضمن متابعة أكبر لبقية البرامج التي تقوم بوضعها ، كما أن الفرق والأندية الرياضية معنية بنقل مبارياتها بسبب حاجاتها لكسب المناصرين ولتحقيق الشهرة أيضاً، وللإعلان عن الأنشطة المختلفة التي تقوم بها، فقد تحولت الرياضة عبر وسائل الإعلام إلى تجارة مربحة وجرى تحويل الرياضيين إلى سلعة تباع وتشتري. وإلى جانب الجهات الأهلية والشركات التجارية فإن الحكومات شديدة الحرص على تشجيع الرياضة ونقلها عبر وسائل الإعلام المختلفة، لتحقيق أهداف متعددة منها المساهمة في تحقيق التنمية أو في تعزيز الروح القومية للشعب (روي، 2006 ، 60-61) ومنها لأجل إبعاد الأنظار عن القضايا التي تثير الإزعاج للحكومات كما يقول الكثير من الناس أو حتى بعض الخبراء في السياسة وغيرها.

كذلك، فإن الحكومات تنبعت إلى أهمية الرياضة لسياساتها الخارجية من حيث تعريف العالم بحضارات شعوبها الرياضية والذي يعكس بدوره الأهمية الكبيرة التي تحظى بها الرياضة خصوصا إذا ما تم نقلها بالصورة المناسبة عبر وسائل الإعلام، وفي الوقت المناسب، وباستخدام الكفاءات الفنية والتكنولوجية العالية مثلما يجري في نقل المباريات الكبيرة من دول أوروبا حيث

يوفر هذا النقل متعة بصرية كبيرة من خلال فنون النقل الذي يعتمد الصوت والصورة المباشرة
والمؤثرات المختلفة في الوقت نفسه.

2-5-2: أهداف الإعلام الرياضي:

يسعى الإعلام الرياضي إلى تحقيق العديد من الأهداف التي تتنوع بين المساهمة في تنمية
الجماعات والأفراد وتوجيههم الوجهة السليمة في السلوك الصحي والمنتج إلى الترفيه المفيد
والإيجابي، وقد لخص بعض الباحثين أهداف الإعلام الرياضي كما يلي: (عويس، وعبد الرحيم
(24)

- 1- نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب
والأنشطة الرياضية المختلفة.
- 2- تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية والمحافظة عليها بما يتناسب مع النسق القيمي
الرياضي للمجتمع.
- 3- نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية ومحاولة تفسيرها
والتعليق عليها.
- 4- الترويح عن الجمهور وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.

2-5-3: مستقبل الإعلام الرياضي التلفزيوني:

أخذ الإعلام الرياضي خصوصا التلفزيوني بالنمو في السنوات الأخيرة بمعدل كبير بعد أن
زادت حمى المنافسات التجارية والإعلانية بين الشركات الإعلامية وغير الإعلامية في

الاستحواذ على نقل المباريات المهمة، مثل مباريات الأولمبياد وكأس العالم وكأس الأمم الأوروبية وغيرها من المباريات. ويلاحظ أن الإعلام الحكومي فشل في هذه المنافسة القوية بين القنوات التلفزيونية لأسباب كثيرة يعدّ أهمها عدم توفر الإمكانيات المالية الكافية ثم عدم توفر الطواقم الفنية المتخصصة في الإعلام الرياضي من وجهة نظر الباحث، ثم بقاء نسبة كبيرة من القنوات الرسمية تعمل بنظام البث الأرضي في أن نسبة كبيرة من الناس تحولت كلياً إلى أنظمة البث الفضائي وابتوا لا يملكون لواقط بث أرضي.

وفي عالمنا العربي شكلت قناة الجزيرة مثالا واضحا على استثمار الرياضة والإعلام الرياضي في تحقيق أرباح عالية وفي الاستحواذ على المشاهدين في شتى أرجاء المعمورة ومنها الأردن نظرا لامتلاك شبكة الجزيرة الكثير من الإمكانيات المؤدية إلى النجاح: الرأس مال الكبير، الكفاءات الإعلامية المتخصصة والاهتمام بشراء حقوق البث والتغطية للمباريات والأنشطة الرياضية المهمة التي تعني أعداداً كبيرة من المشاهدين.

2-6-1: نشأة التلفزيون الأردني وتطوره.

جاء افتتاح التلفزيون الأردني في مرحلة ما بعد حرب 1967 م وما حملته من آثار مادية ونفسية على الأردن والشعب الأردني، ليقوم بدوره الوطني في مرحلة خطيرة من المراحل التاريخية التي يمر بها الأردن وعاشتها معه الأمة العربية (جرار، 1999، 111)

أصبحت محطة التلفزيون الأردني جاهزة لإجراء تجارب البث في شهر شباط 1968، وقامت بحملة إعلامية في الإذاعة الأردنية، والصحف الأردنية لمدة ثلاثة أيام قبل البث. وفي الساعة السابعة من يوم 17/شباط/ 1968 ظهرت على شاشات التلفزيون أولى لوحات التجربة على أنغام السلام الملكي المواكبة لها وكانت على اللوحة العبارة التالية:

التلفزيون الأردني قنال(3) من عمان.

تم الافتتاح الرسمي للتلفزيون في 27/شباط/ 1968 حيث قام جلالة الملك الحسين بافتتاحه، وكانت مدة البث أربع ساعات، زيدت إلى خمس ساعات في تشرين أول عام 1969.

ومنذ ذلك الحين بدأ التلفزيون الأردني بالتطور سنة بعد سنة، وكان التلفزيون يلتقط برامجه مباشرة عبر المحطة الأرضية للأقمار الصناعية في البقعة عام 1973. وبدأ بنقل الأحداث العالمية لشعوب المناطق المجاورة. وفي 12/4/1974 بدأ البث بالألوان، وكان في حينها يغطي النسبة الأكبر من الأراضي الأردنية إضافة إلى من المناطق المجاورة في فلسطين وسوريا وشمال المملكة العربية السعودية وشبه جزيرة سيناء. (نصار، 2007 ص 342-349)

وفي الأول من أيلول / سبتمبر ١٩٨٥ تم دمج الإذاعة والتلفزيون في مؤسسة واحدة تضم:

1. إدارة التلفزيون.
2. الإذاعة.
3. إدارة الهندسة.
4. إدارة الشؤون الإدارية والمالية.

5. الدائرة التجارية. 6. دائرة التدريب. 7. دائرة العلاقات العامة الدولية. 8. مركز الأخبار. 9. دائرة تكنولوجيا المعلومات.

في 1990/2/24 بدأ التلفزيون ببث المجلة المرئية (التلكتست) بمعدل 4 ساعات يومياً على القنوات. وفي 1993/4/27 تم افتتاح القناة العربية الاردنية، كما جرى افتتاح القناة العربية الثالثة في 1998/5/25 لتقوم ببث جلسات مجلس الأمة بالإضافة إلى الأحداث الرياضية المحلية والعالمية .

وفي شهر كانون الثاني من عام ٢٠٠١ خضعت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون إلى إعادة هيكلة حيث تم دمج برامج القناة الأولى والثانية في قناة رئيسية واحدة.

واليوم يغطي البث التلفزيوني الأردني منطقة جغرافية شاسعة تضم المناطق التالية: مناطق فلسطين، سوريا، شمال المملكة العربية السعودية، جنوب لبنان وقبرص. (بتصرف عن الموقع الإلكتروني للتلفزيون الأردني، 2011)

أما عن الإعلام الرياضي الإذاعي والتلفزيوني في الأردن فيذكر بعض المعاصرين والخبراء أن الاهتمام بالإعلام الرياضي بدأ منذ بداية الخمسينيات إذ جرى نقل أول مباراة لكرة القدم عام 1953 عبر أثير إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية من ملعب الكلية الإسلامية في جبل عمان بصوت المرحوم المعلق الرياضي موسى نغوي، بينما بدأ الاهتمام بالإعلام الرياضي في التلفزيون الأردني مع بدايات التلفزيون أواخر الستينيات من القرن الماضي، إذ بث التلفزيون الأردني أول برنامج رياضي تحت اسم "عالم الرياضة"، حيث تناوب على تقديم البرنامج مقدما البرامج محمد جميل عبد القادر وعبد الله أبو نوار، وكان يجري نقل بعض النشاطات والمباريات الرياضية المجلة بصوت الإعلامي المتنوع رافع شاهين، واستمر برنامج "عالم

الرياضة" حتى نهاية الثمانينيات ليجري تغيير اسمه إلى " المجلة الرياضية" التي ظلت تبث
ظهيرة كل يوم جمعة منذ ذلك الحين وحتى يومنا هذا. (جنكات،2011)

أما عن الحركة الرياضية في الأردن، فيشار إلى أنه في عام 1928 جرى تشكيل أول فرق
أردني في كرة القدم حيث خاض في ذلك العام مباراة ضد فريق "بردي" السوري في دمشق،
ليبدأ بعد ذلك تشكيل الأندية الأردنية وأولها "نادي الأردن" عام 1928، والفيصلي عام 1932،
ثم "الهومنتمن" عام 1944، ونادي الجزيرة عام 1946، بينما اقيمت بطولة أول دوري أردني
في كرة القدم عام 1944 وفاز بها النادي الفيصلي ، واقتصرت هذه المسابقة على ثلاثة أندية
هي الفيصلي، والأهلي والأردن.(القريني والعميري،11،2000-12)

2-6-2: القناة الثانية في التلفزيون الأردني (قناة الرياضة والشباب):

قررت إدارة التلفزيون افتتاح قناة ثانية في التلفزيون عام 2001 ، تخصصت هذه القناة منذ
كانون الثاني عام 2001 بالبرامج الرياضية مما يعكس الاهتمام الكبير الذي توليه إدارة
التلفزيون للبرامج والأنشطة الرياضية. وفي هذه القناة يجري عادة بث المباريات على الهواء
مباشرة إضافة إلى البرامج المسجلة. وهي تبث ما معدله عشر ساعات يوميا بدءا من الرابعة
مساء.

وتقوم هذه القناة بنقل المباريات المحلية والعربية والأوروبية، فيما يقوم طاقمها الصحفي بمراقبة
الفرق الرياضية الأردنية للخارج لتتقل في بث حي ومباشر المباريات والبطولات الدولية
للمنتخبات الوطنية الأردنية.(الموقع الإلكتروني للتلفزيون الأردني)

وقد حظيت القناة باهتمام ومتابعة كبيرة من المشاهد الأردني ومن الدول المجاورة أيضا حينما
كانت تقوم ببث بعض المباريات المهمة الأوروبية والمحلية والعربية. (المعدي، 2011) وفي

عام 2006 أوقفت القناة عن البث لعدم توفر الإمكانيات الكافية لها من أجل منافسة القنوات المتخصصة الأخرى التي توفرت لها إمكانيات كبيرة جداً، خصوصاً بعد أن أصبحت أغلب المباريات الأوروبية والمباريات العالمية تباع حصرياً إلى بعض الشركات أو بعض القنوات الإعلامية. ثم ما لبثت القناة أن عادت للبث مرة أخرى في أوائل العام 2010. وهي ما تزال تواجه الصعوبات نفسها مما يهدد بوقفها مرة ثانية. (مقابلة: حسن، 2011) وقد أوقفت القناة مرة ثانية عن البث في أيار 2011 على خلفية قلة الإمكانيات المالية المتاحة. (الباحث)

2-6-3: سياسات التلفزيون الأردني في البرامج الرياضية:

تحظى وسائل الإعلام في الأردن باهتمام كبير من قبل قيادة الدولة لما في ذلك من أثر كبير في تحقيق أهداف الدولة في التنمية والتقدم. وقد سعى الأردن إلى وضع السياسات الإعلامية اللازمة لتحقيق خطة التنمية الوطنية وذلك في المجالات التالية: (أبو اصبع، 2005، 16-17)

- 1- الأسس: الانتماء والولاء والتمسك بالقيم المنطلق الأساسي للإعلام الأردني والركيزة الفكرية والروحية الرئيسية.
- 2- تأكيد الشخصية الثقافية العربية ببعدها القومي. وبالتفاعل المبدع مع الثقافات الأخرى.
- 3- استخدام اللغة العربية في الوسائل الإعلامية والاتصالية.
- 4- تكامل وظائف وسائل الإعلام والاتصال وتوازنها في المجتمع.

وتتلخص فلسفة التلفزيون الأردني في عدة نقاط عامة أهمها: (نصار، 2007، 377)

- 1- للتلفزيون ما لكل مؤسسة تثقيفية أخرى من نصيب في تعليم المواطنين، بل أن دوره أشد تعقيداً وحساسية من دور معاهد التعليم الرسمية الأخرى، ولأن مشاهديه أكثر تنوعاً وعدداً.

2- لما كان المفكرون في الأمة هم مثقفها أو الصفوة من أبنائها ومهما كانت التسمية التي تطلق عليهم. وكان هؤلاء القوة الحقيقية القادرة على إحداث التغيير والازدهار، فإن على التلفزيون أن يتجاوب معهم، وأن يعمل في الوقت نفسه على الانتفاع بمشورتهم في تعليم الناس.

3- إن الموجات الهوائية ملك للشعب ولذلك كان واجبا أن يكون كل ما يبث عليها في صالحه.

4- يعدّ الأردن محدود الإمكانيات في مجال الفنون الجميلة. وإنه لمن مهمّة التلفزيون المساعدة في رفع مستوى تذوق الفنون الرفيعة، كما عليه أن يكتشف المواهب الدفينة اللازمة لمختلف أنماط النشاطات مقدما لها الفرص والتدريب الذي يكفل تطور خاماتها وانتعاشها.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

3-1: نوع الدراسة ومنهجيتها:

تعدّ هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المسحية، حيث يجري جمع البيانات الميدانية من عينة البحث ويجري معالجتها باستخدام المعادلات الإحصائية المناسبة كي تستخرج مجموعة من النتائج لتجيب عن أسئلة الدراسة.

والمنهج الوصفي يهتم بتصوير ما هو كائن، أي الوضع الراهن أو الظاهرة، فهو يصف خصائصها ومركباتها ويصف العوامل التي تؤثر عليها، والظروف التي تحيط بها، ويحدد العلاقات الارتباطية بين المتغيرات التي تؤثر على تلك الظاهرة. وانطلاقاً من هذا التصوير يمكن التنبؤ والاستنتاج بالأوضاع المستقبلية التي ستؤول إليها الظاهرة، فالبحث الوصفي لا يعتمد على الملاحظة السطحية أو الوصفات العرضية في حل المشكلة قيد البحث. (المغربي، 2011 ص 96) بل يحاول أن يجد العلاقات بينها ويحاول تفسيرها.

وتقوم هذه الدراسة وفق المنهج الوصفي بجمع بيانات ومعلومات عن ابعاد الظاهرة المتمثلة بدور التلفزيون في تنمية الثقافة الرياضية للشباب.

3-2: مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في ثلاث جامعات أردنية حكومية أو رسمية هي: الجامعة الأردنية في وسط المملكة الأردنية الهاشمية (عمان)، واليرموك في الشمال (إربد)، ومؤتة في الجنوب

(الكرك). (الجدول رقم 1)

جدول (1) توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الجامعة والكلية

| الجامعة | طلبة كليات التربية الرياضية | الذكور | النسبة | الإناث | النسبة |
|------------------|-----------------------------|--------|--------|--------|--------|
| جامعة اليرموك | 1076 | 646 | %60 | 430 | %40 |
| الجامعة الأردنية | 600 | 240 | %40 | 360 | %60 |
| جامعة مؤتة | 900 | 551 | %65 | 265 | %35 |

المصدر: مكاتب التسجيل والقبول في الجامعات الثلاث في شهر 2011/3/12

وقد جاء اختيار هذه الجامعات الثلاث لمراعاة العامل الديموغرافي في اختيار العينة، حيث الاختلاف في أعداد السكان في الأقاليم الثلاثة، كذلك لمراعاة بعض الاختلافات الثقافية الطفيفة المفترض وجودها بين اقاليم الوسط والجنوب والشمال. وتمتاز هذه الجامعات الثلاث بوجود كليات للتربية الرياضية فيها، ولهذه المبررات كلها تم اختيار هذه الجامعات الثلاث في عينة الدراسة.

3-3: عينة الدراسة:

تتمثل عينة الدراسة في عينة عشوائية Simple Random Sample من طلبة كليات التربية الرياضية من جميع المستويات الدراسية في الجامعات الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك، أي من السنوات الأربع إضافة إلى متغيري الجنس ومكان الإقامة للطلبة المبحوثين ومن الذكور والإناث.

وقد جاء اختيار العينة بهذه الطريقة كون طلبة كليات التربية هم الأكثر تماسا مع البرامج الرياضية التي تبثها وسائل الإعلام وكون الجامعات الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك تغطي كافة محافظات المملكة أقليميا، أي الجنوب والوسط والشمال.

وقد حاول الباحث توزيع مائة وخمسين استبيان لكل جامعة من الجامعات الثلاث، على عينات عشوائية من طلبة كلية التربية، وذلك بمساعدة أساتذة وموظفين في هذه الكليات، غير أن مجموع الاستبانات الموزعة بلغ (434) استبيانا فقط، وقد جرى استبعاد (21) استبيانا من العينة، منها (خمس) لعدم استكمال الاجابات أو التناقض، في حين استتف (16) طالبا عن إعادة الاستبيان، مما يعني أن عدد الاستجابات المعتمدة في التحليل الإحصائي كان (423) استبيان، أي أن نسبة الاستجابة في العينة كانت (94%) . وتبين أن (319) مستجيبا فقط من أصل (423) يشاهدون برامج التلفزيون الرياضية المختلفة، مما يعني أن (77.2%) فقط من المسجيبين يشاهدون البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني مقابل (22.8%) لا يشاهدونها. وهذه النسبة هي التي خضعت للتحليل الاحصائي، لأن الدراسة غير معنية بأولئك الذين لا يشاهدون برامج التلفزيون الأردني.

3-4: أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة لها (مرفق رقم (2) في الملاحق)، ويتكون الاستبيان من خمسة أقسام تحاول جمع البيانات اللازمة لوصف الظاهرة وتحديدتها، والقسم الأول هو الذي يجمع بيانات حول الطلبة المستجيبين أنفسهم مثل الجنس والسنة الدراسية ومكان إقامة الأسرة الدائم. ثم القسم الثاني المتعلق بمستويات المشاهدة للبرامج الرياضية، والقسم الثالث

المتعلق بأنماط المشاهدة للبرامج الرياضية والعادات الاتصالية مقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى، ثم القسم الرابع المتعلق بالأولويات التي يرغبها الطلبة في البرامج الرياضية، ثم القسم الخامس والأخير الذي يحاول قياس مدى الرضا عن البرامج الرياضية التي يبثها التلفزيون الأردني.

3-5: اختبار صدق الأداة.

قام الباحث بتطبيق اختبار صدق الأداة من خلال عرض الاستبيان على عدد من المحكمين من أساتذة الجامعات المختصين كما هو معمول به في الدراسات السابقة. وقد استفاد الباحث من هذا التحكيم بطرق عديدة، إذ قام بالأخذ ببعض الملاحظات والتوصيات وقام بتعديل بعض الأسئلة واستبعاد أخرى أشار إليها أغلب المحكمين، وبعد ذلك قام بتطبيق الاستبيان على عينة صغيرة من الطلبة في كلية التربية الرياضية في الجامعة الأردنية (بلغ عددهم 25 طالبا وطالبة)، ثم بعد ذلك عاد الباحث بعد مضي فترة أسبوعين ليعيد تطبيق الاستبيان على نفس أفراد العينة للتأكد من ثبات الاستبيان، وقد أمكن تطبيق إعادة تطبيق الاستبيان على 23 طالبا وطالبة فقط، وكانت نسبة الثبات المحسوبة رياضيا (94%) وهي نسبة مقبولة في مثل هذه الدراسة، وأخيرا وصل الاستبيان إلى صورته النهائية التي جرى تطبيقها على عينة الدراسة.

3-6: متغيرات الدراسة: متغيرات الدراسة هي :

أ- متغيرات مستقلة:

1- جنس الطلبة (ذكر، أنثى)

2- متغير السنة الدراسية للطالب.(سنة أولى، ثانية، ثالثة، رابعة)

4- متغير مكان الإقامة لأسرة الطالب. (شمال، وسط، جنوب)

ب - متغيرات تابعة:

1- متغير العادات الاتصالية لبرامج التلفزيون الرياضية.

2- متغير مستوى الرضا عن برامج التلفزيون الرياضية.

3- متغير التفضيلات لبرامج التلفزيون الرياضية.

3-7: المعالجة الإحصائية:

نظرا لوجود متغيرات مستقلة وأخرى تابعة، فإن المعالجة الإحصائية (من خلال برنامج التحليل الإحصائي SPSS) استخدمت عددا من المعادلات الإحصائية مثل التكرارات والنسب المئوية ومربع كاي المحسوب على القيمة الجدولية لتتعرف على مدى تأثير العوامل المستقلة المشار إليها في إكساب الطلبة المبحوثين للاتجاهات والثقافة الرياضية في التلفزيون الأردني.

3-8: إجراءات التطبيق والتنفيذ:

قام الباحث بعد إقرار خطة الدراسة بعمل مجموعة من الإجراءات أولها تحضير الاستبيان المناسب المبني على مشكلة الدراسة وأسئلتها، ثم قام الباحث بتحكيم هذا الاستبيان من خلال الأساتذة والخبراء المحكمين (مرفق قائمة بأسماء المحكمين وعناوينهم).

في مرحلة لاحقة، قام الباحث بعمل الأوراق الرسمية اللازمة من الجامعات المعنية للاتفاق على مواعيد مناسبة لتطبيق الاستبيان، وعليه التزم الباحث بتلك المواعيد، وقام بتطبيق الاستبيان في الفترة الزمنية الواقعة بين 8 - 17 آذار من العام الجاري 2011 بمساعدة وترتيب مع بعض الأساتذة والموظفين هناك، ثم قام الباحث بتفريغ بيانات الاستبيان ومعالجتها عن طريق الإحصائيين المختصين، ليصار إلى عرض النتائج وكتابتها في الفصل التالي من الدراسة.

الفصل الرابع: استعراض النتائج

في هذا الفصل سنقوم باستعراض نتائج التحليل الإحصائي لأسئلة وفرضيات الدراسة، وعلى النحو التالي:

4-1: خصائص عينة الدراسة:

توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغيرات الجامعة، الكلية، والسنة الدراسية ومكان الإقامة لأسرة الطالب، كما يبينها جدول (2).

جدول (2) توزيع أفراد عينة الدراسة تبعا لمتغيرات الجامعة، الكلية، والسنة الدراسية ومكان الإقامة لأسرة الطالب

| المجموع | | أنثى | | ذكر | | المتغيرات | الفئة |
|---------|---------|------------------------|---------|------------------------|---------|------------------|---------|
| النسبة | التكرار | النسبة من مجموع الإناث | التكرار | النسبة من مجموع الذكور | التكرار | | |
| 32.7 | 101 | 14.6 | 19 | 43.4 | 82 | مؤتة | الجامعة |
| 35.0 | 108 | 43.1 | 56 | 27.5 | 52 | الجامعة الأردنية | |
| 35.6 | 110 | 42.3 | 55 | 29.1 | 55 | جامعة اليرموك | |
| 103.2 | 319 | 100.0 | 130 | 100.0 | 189 | المجموع | |
| 16.8 | 52 | 16.9 | 22 | 15.9 | 30 | أولى | السنة |
| 42.7 | 132 | 39.2 | 51 | 42.9 | 81 | ثانية | |
| 28.8 | 89 | 29.2 | 38 | 27.0 | 51 | ثالثة | |
| 14.9 | 46 | 14.6 | 19 | 14.3 | 27 | رابعة | |
| 103.2 | 319 | 100.0 | 130 | 100.0 | 189 | المجموع | |
| 38.5 | 119 | 37.7 | 49 | 37.0 | 70 | محافظات الوسط | الإقامة |
| 38.2 | 118 | 40.8 | 53 | 34.4 | 65 | محافظات الشمال | |
| 21.7 | 67 | 19.2 | 25 | 22.2 | 42 | محافظات الجنوب | |
| 4.9 | 15 | 2.3 | 3 | 6.3 | 12 | مقرب خارج الأردن | |
| 103.2 | 319 | 100.0 | 130 | 100.0 | 189 | المجموع | |

ومن تحليل بيانات الجدول السابقة، يتبين الآتي:

أ- متغير الجامعات: وهي الجامعات الحكومية الثلاث: مؤتة (الكرك-الجنوب)، الأردنية (عمان-الوسط)، اليرموك (إربد-الشمال)، ويشير الجدول إلى النسب المتقاربة في أعداد الطلبة المشاركين في العينة من الجامعات الثلاث. إذ بلغت في جامعة مؤتة 32.7% من العينة، فيما بلغت في الأردنية 35% مقابل 35.6 لجامعة اليرموك.

ب- متغير النوع الاجتماعي للطلبة: يبين الجدول أن نسبة الإناث المشاركة في العينة تبلغ نسباً متقاربة في كل من الجامعتين الأردنية واليرموك، إذ بلغت على التوالي 43.1% في الأردنية مقابل 42.3% في جامعة اليرموك، لتتخفف إلى 14.6%، وهذه نسب معقولة في ضوء العوامل الديموغرافية للجنوب والوسط والشمال.

ث - متغير السنوات أو مستوى الدراسة للطلبة:

جاء هذا المتغير غير متقارب أو غير متماثل نظراً لاعتبارات القبول والتسجيل، فقد بلغ في محافظات الوسط (عمان والزرقاء والبلقاء وبدو الوسط) 38.5%، ونسبة مقاربة في محافظات الشمال (38.2%) مقابل نسبة أقل (21.7%) في محافظات الجنوب. وهذا غالباً ما يعود إلى نسبة السكان بين المحافظات المختلفة وربما لعوامل اختلاف مستوى الإقبال على التعليم في هذه المحافظات أيضاً. أما الطلبة الذين ينحدرون من أسر أردنية تعيش في الخارج فقد بلغت النسبة حوالي 5% من أفراد العينة.

4-2: التكرارات والنسب لمشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني:

يبين الجدول (3) قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على السؤال الأول من

أسئلة الاستبيان: "هل تشاهد برامج التلفزيون الأردني الرياضية؟"

جدول (3) التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على

لمشاهدة برامج التلفزيون الأردني

| النسبة المئوية | التكرار | مشاهدة برامج التلفزيون الأردني |
|----------------|---------|--------------------------------|
| 77.2 | 319 | نعم |
| 22.8 | 94 | لا |
| 100.0 | 413 | المجموع |

ومن خلال تحليل بيانات الجدول بأعلاه يتبين أن عدد الذين يشاهدون برامج التلفزيون الأردني الرياضية (319) ويمثلون ما نسبته (77.2 %) من عينة الدراسة، بينما بلغ عدد الذين لا يشاهدون برامج التلفزيون الأردني الرياضية (94) ويمثلون ما نسبته (22.8%) من أفراد العينة. وتتقارب هذه النسبة مع نتائج الدراسة التي قام بها (حرب، 2008) إذ بلغت نسبة الذين يشاهدون برامج التلفزيون من أفراد عينته (88.9%). ويمكن تفسير هذا الفارق بعاملين أساسيين: الأول يتمثل في الفارق الزمني بين الدراستين، والثاني يتمثل في أن دراستنا هذه تسأل شريحة تهتم بالرياضة أكثر من أي شيء آخر.

3-4: استعراض نتائج أسئلة الدراسة:

نتائج السؤال الأول: ما دافعية مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني لدى طلبة

كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

جدول (4) التكرارات والنسب المئوية لدافعية مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني

| النسبة المئوية | التكرار | دافعية مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني |
|----------------|---------|---|
| 55.8% | 178 | أشاهدها عن قصد وتخطيط |
| 44.2 | 141 | أشاهدها بالصدفة |
| 100% | 319 | المجموع |

يبين الجدول أعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على سؤال "دافعية

مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني" ومن خلال تحليل بيانات الجدول يتبين أن عدد

الذين يشاهدون برامج التلفزيون الأردني الرياضية عن قصد وتخطيط (178) ويمثلون ما

نسبته (55.8%)، من عينة الدراسة بينما بلغ عدد الذين يشاهدون برامج التلفزيون الأردني

الرياضية بالصدفة (141) ويمثلون ما نسبته (44.2%) من أفراد العينة.

نتائج السؤال الثاني: ما مستوى مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية،

اليرموك للبرامج الرياضية في التلفزيون الأردني؟

جدول (5) التكرارات والنسب المئوية " لمستوى مشاهدة البرامج الرياضية "

| النسبة المئوية | التكرار | معدل مشاهدة البرامج الرياضية |
|----------------|---------|------------------------------|
| 14.7 | 47 | دائما |
| 35.7 | 114 | غالبا |
| 29.8 | 95 | أحيانا |
| 19.8 | 63 | نادرا |
| 00.0 | 0 | بتاتا |
| %100 | 319 | المجموع |

وقد قصد بهذا السؤال التعرف على وتيرة مشاهدة برامج التلفزيون ضمن درجات (دائما، غالبا، أحيانا، نادرا، بتاتا)، وهي تعني وتيرة المتابعة أو الاستدامة في المتابعة لمشاهدة برامج التلفزيون.

ويبين الجدول بأعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على السؤال "مستوى مشاهدة البرامج الرياضية" وهي ركن من أركان العادات الاتصالية، ومن خلال تحليل بيانات الجدول يتبين أن ليس هنالك تركيز على مشاهدة البرامج الرياضية إذ إن معظم أفراد عينة الدراسة يشاهدون بمستوى غالبا (114) فردا يمثلون ما نسبته (35.7%)، تلاهم فئة الذين يشاهدون أحيانا بتكرار (95) فردا يمثلون ما نسبته (29.8%)، ثم الذين يشاهدون دائما بتكرار (47) فردا وبنسبة (14.7%)، ويلاحظ أن عدد الذين نادرا ما يشاهدون البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني قد بلغ (63) يمثلون ما نسبته (19.7%) من عينة الدراسة.

نتائج السؤال الثالث: ما معدل مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية الثلاث للبرامج الرياضية في

التلفزيون الأردني ؟

جدول (6) التكرارات والنسب المئوية "لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني"

| النسبة المئوية | التكرار | معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني |
|----------------|---------|---|
| 56.1 | 179 | أقل من ساعتين في الأسبوع |
| 22.9 | 73 | من ساعتين إلى أربع ساعات في الأسبوع |
| 14.4 | 46 | من أربع إلى ست ساعات في الأسبوع |
| 6.6 | 21 | سبع ساعات فأكثر في الأسبوع |
| 100 | 319 | المجموع |

يبين الجدول أعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على السؤال "معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني" وهي ركن من أركان العادات الاتصالية، ومن خلال تحليل بيانات الجدول يتبين أن عدد الذين يشاهدون البرامج الرياضية لمدة أقل من ساعتين في الأسبوع قد بلغت (179) فردا يمثلون ما نسبته (56.1%)، تلاهم فئة الذين يشاهدون لمدة أكثر من ساعتين حتى أربع ساعات بتكرار (73) ويمثلون ما نسبته (22.9%)، ثم الذين يشاهدون لمدة من أربع إلى سبع ساعات بتكرار (46) وبنسبة (14.4%)، ويلاحظ أن عدد الذين نادرا ما يشاهدون البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني لمدة تزيد عن السبع ساعات قد بلغ (21) يمثلون ما نسبته (6.6%).

نتائج السؤال الرابع: ما الوضعية الاجتماعية لطلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية،

اليرموك أثناء مشاهدتهم للبرامج الرياضية في التلفزيون الأردني؟

جدول (7) التكرارات والنسب المئوية "الوضعية الاجتماعية لمشاهدة البرامج الرياضية"

| النسبة المئوية | التكرار | أفضل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني |
|----------------|---------|---|
| 26.6 | 85 | منفردا |
| 35.1 | 112 | مع بعض أفراد الأسرة |
| 38.3 | 122 | بصحبة بعض الأصدقاء |
| 100 | 319 | المجموع |

ويهدف السؤال إلى التعرف على ركن من أركان العادات الاتصالية للطلبة أثناء مشاهدة برامج

التلفزيون الرياضية.

ويبين الجدول بأعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على السؤال

الخامس "أفضل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني" ومن خلال تحليل بيانات

الجدول يتبين أن عدد الذين يشاهدون البرامج الرياضية بصحبة بعض الأصدقاء قد بلغت (122)

فردا يمثلون ما نسبته (38%) من أفراد العينة، تلاهم فئة الذين يشاهدون مع بعض أفراد الأسرة

بتكرار (122) ويمثلون ما نسبته (35%) من أفراد العينة، ثم الذين يشاهدون بشكل منفرد

بتكرار (85) وبنسبة (26.6%) من أفراد العينة.

نتائج السؤال الخامس: ما أوقات مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني من قبل

طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

جدول (8) التكرارات والنسب المئوية لاستجابات "أوقات مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني"

| النسبة المئوية | التكرار | أفضل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني |
|----------------|---------|---|
| 13.8 | 44 | غالبا أوقات النهار |
| 30.7 | 98 | غالبا أوقات الليل |
| 55.5 | 177 | حسب وقت البرنامج |
| 100 | 319 | المجموع |

يبين الجدول بأعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على سؤال "أوقات مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني" وهي ركن من أركان العادات الاتصالية للمشاهدة، ومن خلال تحليل بيانات الجدول يتبين أن عدد الذين يشاهدون البرامج الرياضية حسب وقت البرنامج قد بلغت (177) فردا يمثلون ما نسبته (55.5%) من أفراد العينة، تلاهم فئة الذين يشاهدون في الليل بتكرار (98) ويمثلون ما نسبته (30.7%) من أفراد العينة، ثم الذين يشاهدون بالنهار بتكرار (44) وبنسبة (13.8%) من أفراد العينة.

نتائج السؤال السادس: ما البرامج الرياضية الأسبوعية التي يحرص طلبة الجامعات الأردنية

الثلاث على متابعتها؟

جدول (9) التكرارات والنسب المئوية "الحرص على متابعة البرامج الرياضية الأسبوعية في التلفزيون

الأردني"

| النسبة المئوية | التكرار | الحرص على متابعة البرامج الرياضية الأسبوعية في التلفزيون الأردني |
|----------------|---------|--|
| 8.5 | 27 | دائما |
| 21.3 | 68 | غالبا |
| 34.2 | 109 | أحيانا |
| 22.9 | 73 | نادرا |
| 13.2 | 42 | لا أتابعها |
| 100 | 319 | المجموع |

ويقصد بهذا السؤال التعرف على مدى شعبية البرامج الرياضية الأسبوعية التي يبثها التلفزيون الأردني باعتبارها برامج قديمة في الكثير دورات التلفزيون الأردني البرمجية، وهذه البرامج هي: برنامج "المجلة الرياضية" الذي بدأ بثه منذ عام 1992، ثم برنامج "مختارات رياضية" الذي بدأ بثه في القناة الرياضية الأرضية عام 2001 ثم انتقل ليبيث على القناة الفضائية.

يبين الجدول بأعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على السؤال "الحرص على متابعة البرامج الرياضية الأسبوعية في التلفزيون الأردني"، ومن خلال تحليل بيانات الجدول يتبين أن ليس هنالك تركيزا على مشاهدة البرامج الرياضية الأسبوعية، إذ إن معظم أفراد عينة الدراسة يشاهدون بمستوى أحيانا (109) أفراد يمثلون ما نسبته (34.2%) من أفراد العينة، تلاهم فئة الذين يشاهدون غالبا بتكرار (68) ويمثلون ما نسبته (21.3%) من أفراد العينة، ثم الذين يشاهدون دائما بتكرار (27) ونسبة (8.5%) من أفراد العينة، ويلاحظ أن عدد

الذين نادرا ما يشاهدون البرامج الرياضية الدورية في التلفزيون الأردني قد بلغ (73) يمثلون ما نسبته (22.9%) من أفراد العينة، ثم الذين لا يتابعون البرامج الدورية بتكرار (42) ويمثلون ما نسبته (13.2%) من أفراد العينة.

نتائج السؤال السابع: ما البرامج الرياضية الأكثر تفضيلا في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

جدول (10) التكرارات والنسب المئوية " البرامج الرياضية الأكثر تفضيلا في التلفزيون الأردني "

(اكثر من خيار)

| النسبة المئوية | التكرار | البرامج الرياضية الأكثر تفضيلا في التلفزيون الأردني |
|----------------|---------|---|
| 12.9 | 41 | الرياضية الحوارية |
| 13.5 | 43 | المعلوماتية (الإخبارية والقصص والسير) |
| 28.8 | 97 | الرياضة الأجنبية |
| 52.7 | 168 | الرياضية المتنوعة |
| 42.6 | 136 | نقل المباريات الرياضية حية أو مسجلة |

النسب لا تجمع بسبب تعدد الخيارات

يبين الجدول بأعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على سؤال "البرامج الرياضية الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني"، وباستعراض بيانات الجدول يتبين أن أفراد العينة يفضلون البرامج الرياضية المتنوعة إذ بلغت بتكرار (168) ويمثلون ما نسبته (52.7%) من أفراد العينة، ثم الذين يتابعون نقل المباريات الرياضية حية أو مسجلة بتكرار (136) ويمثلون ما نسبته (42.6%) من أفراد العينة، ثم الذين يتابعون البرامج الرياضية الأجنبية بتكرار (97) وبنسبة (28.8%) من أفراد العينة، فالذين يتابعون البرامج المعلوماتية بتكرار (43) وبنسبة

(13.5%) من أفراد العينة، ثم الذين يتابعون البرامج الرياضية الحوارية بتكرار (41) وبنسبة (12.9%) من أفراد العينة.

نتائج السؤال الثامن: ما نوع الألعاب الرياضية التي يحرص طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك على متابعتها؟

جدول (11) التكرارات والنسب المئوية "الحرص على متابعة نوع معين من الرياضات" (أكثر من خيار)

| النسبة المئوية | التكرار | الحرص على متابعة نوع معين من الرياضات |
|----------------|---------|---------------------------------------|
| 27.9 | 89 | السلة |
| 75.9 | 242 | القدم |
| 21.6 | 69 | الطائرة |
| 12.2 | 39 | تنس الطاولة |
| 17.6 | 56 | العاب قوى |
| 17.2 | 55 | غير ذلك |

النسب المئوية لا تجمع بسبب تعدد الخيارات

يبين الجدول بأعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على سؤال "الحرص على متابعة نوع معين من الرياضات"، وباستعراض بيانات الجدول يتبين أن أفراد العينة يشاهدون كرة القدم بشكل أساسي إذ بلغت بتكرار (242) ويمثلون ما نسبته (75.9%) من أفراد العينة، ثم الذين يتابعون كرة السلة بتكرار (89) وبنسبة (27.9%) من أفراد العينة، فالذين يتابعون كرة الطائرة بتكرار (69) وبنسبة (21.6%) من أفراد العينة، ثم الذين يتابعون العاب القوى بتكرار (56) وبنسبة (17.6%) من أفراد العينة، ثم الذين يتابعون تنس الطاولة بتكرار (39) وبنسبة (12.2%) من أفراد العينة، بينما بلغ عدد الذين يتابعون أنواعاً أخرى من الرياضات (55) فرداً يمثلون ما نسبته (17.2%) من أفراد العينة.

نتائج السؤال التاسع: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تحسين الثقافة القانونية

الرياضية للطلبة في الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

جدول (12) التكرارات والنسب المئوية "مساهمة البرامج الرياضية في تحسين الثقافة القانونية الرياضية"

| النسبة المئوية | التكرار | تحسين البرامج الرياضية للثقافة القانونية الرياضية |
|----------------|---------|---|
| 26 | 83 | نعم كثيرا |
| 58.6 | 178 | نوعا ما |
| 15.4 | 49 | لا تساهم أبدا |
| 100 | 319 | المجموع |

يبين الجدول بأعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على السؤال العاشر "مساهمة البرامج الرياضية في تحسين الثقافة القانونية الرياضية"، ويلاحظ من خلال بيانات الجدول أن (178) فردا يمثلون ما نسبته (58.6%) من أفراد العينة، تسهم البرامج الرياضية في تحسين ثقافتهم الرياضية بينما بلغ عدد الأفراد الذين تسهم البرامج الرياضية في تحسين ثقافتهم القانونية الرياضية بدرجة كثيرة (83) فردا يمثلون ما نسبته (26%) من أفراد العينة، وقد بلغ عدد الذين لا تسهم البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في تحسين ثقافتهم الرياضية القانونية (49) فردا يمثلون ما نسبته (15%) من أفراد العينة.

نتائج السؤال العاشر: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تعزيز حب الطلبة للألعاب

الرياضية في الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

جدول (13) التكرارات والنسب المئوية "مساهمة البرامج الرياضية في تعزيز حبك للألعاب الرياضية"

| النسبة المئوية | التكرار | مساهمة البرامج الرياضية في تعزيز حبك للألعاب الرياضية |
|----------------|---------|---|
| 23.8 | 76 | نعم كثيرا |
| 52 | 166 | نوعا ما |
| 24.1 | 77 | لا تساهم أبدا |
| 100 | 319 | المجموع |

يبين الجدول بأعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على السؤال الحادي عشر "مساهمة البرامج الرياضية في تعزيز حبك للألعاب الرياضية"، ويلاحظ من خلال تحليل بيانات الجدول أن (166) فردا يمثلون ما نسبته (52%) من أفراد العينة، تسهم البرامج الرياضية في حبهم للألعاب الرياضية، وقد بلغ عدد الذين تسهم البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في حبهم للألعاب الرياضية بصورة كبيرة (76) فردا يمثلون ما نسبته (23.8%)، بينما بلغ عدد الأفراد الذين لا تسهم البرامج الرياضية في حبهم للألعاب الرياضية (77) فردا يمثلون ما نسبته (24.1%) من أفراد العينة.

نتائج السؤال الحادي عشر: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الطموح في المجال

الرياضي للطلبة في الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

جدول (14) التكرارات والنسب المئوية ل "مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الطموح في المجال"

| النسبة المئوية | التكرار | مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الطموح في المجال |
|----------------|---------|---|
| 27.6 | 88 | نعم كثيرا |
| 47.6 | 152 | نوعا ما |
| 24.8 | 79 | لا تساهم أبدا |
| 100 | 319 | المجموع |

يبين الجدول بأعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على سؤال "مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الطموح في المجال الرياضي"، ويلاحظ من خلال تحليل بيانات الجدول أن (152) فردا يمثلون ما نسبته (47.6%) من أفراد العينة تسهم البرامج الرياضية في طموحهم في المجال الرياضي، وقد بلغ عدد الذين تسهم البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في طموحهم في المجال الرياضي بصورة كبيرة (88) فردا يمثلون ما نسبته (26.7%) من أفراد العينة ، بينما بلغ عدد الأفراد الذين لا تسهم البرامج الرياضية في طموحهم في المجال الرياضي (79) فردا يمثلون ما نسبته (24.8%) من أفراد العينة.

نتائج السؤال الثاني عشر: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الصحة النفسية للطلبة

في الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

جدول (15) التكرارات والنسب المئوية "مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الصحة النفسية"

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | النسبة المئوية | التكرار | مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الصحة النفسية |
|-------------------|-----------------|----------------|---------|--|
| 0.71 | 1.93 | 28.5 | 91 | نعم كثيرا |
| | | 49.8 | 159 | نوعا ما |
| | | 21.6 | 69 | لا تساهم أبدا |
| | | 100 | 319 | المجموع |

يبين الجدول أعلاه التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على السؤال الثالث عشر "مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الصحة النفسية" ويلاحظ من خلال بيانات الجدول أن (159) فردا يمثلون ما نسبته (49.8%) من أفراد العينة، أي حوالي نصف العينة المدروسة تسهم البرامج الرياضية في تنمية طموحهم في المجال الرياضي نوعا ما، أي بنسبة ضئيلة أو محدودة، أما عدد الذين تسهم البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في تنمية طموحهم في المجال الرياضي بصورة كبيرة (28.5) من أفراد العينة، فردا يمثلون ما نسبته (26.7%) من أفراد العينة، بينما بلغ عدد الأفراد الذين لا تسهم البرامج الرياضية في طموحهم في المجال الرياضي (69) فردا يمثلون ما نسبته (21.6%) من أفراد العينة المبحوثة.

نتائج السؤال الثالث عشر: ما مستوى الرضا لطلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية،

اليرموك عن أسلوب التلفزيون الأردني في تغطية البرامج الرياضية؟

جدول (16) التكرارات والنسب المئوية "الرضا عن أسلوب تغطية البرامج الرياضية"

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | النسبة المئوية | التكرار | مستوى الرضا عن أسلوب التغطية للبرامج الرياضية |
|-------------------|-----------------|----------------|---------|---|
| 0.64 | 1.61 | 47.6 | 152 | نعم كثيرا |
| | | 43.6 | 139 | نوعا ما |
| | | 8.7 | 28 | غير راض أبدا |
| | | 100 | 319 | المجموع |

يتبين من الجدول بأعلاه أن مستوى الرضا للطلبة المبحوثين عن أسلوب تغطية البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني حاز على مستوى رضا بلغ (152) من أفراد العينة وتمثل هذه النسبة (47.6%) من أفراد العينة، فيما جاء في المرتبة الثانية أولئك الذين يشعرون بنوع من الرضا (أي برضا محدود أو متوسط) بتكرار (139) وهم يمثلون (43.6%) من أفراد العينة، ثم الفئة التي لا تشعر بأي رضا عن برامج التلفزيون الأردني الرياضية بتكرار بلغ (28) فردا ويمثلون (8.7%) من أفراد العينة.

4-4: عرض نتائج فرضيات الدراسة:

نتائج الفرضية الأولى: والتي تنص على "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى

مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى لمتغير النوع الاجتماعي".

وللتحقق من هذه الفرضية فقد استخدمت التكرارات والنسب المئوية واختبار مربع كاي حيث

يوضح الجدول التالي نتيجة هذه الفرضية.

جدول (17) التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمستوى مشاهدة البرامج الرياضية في

التلفزيون الأردني تبعا للنوع الاجتماعي

| مستوى الدلالة | χ^2 | المجموع | أنثى | ذكر | التكرار / النسبة | الاستجابة |
|------------------|----------|---------|------|------|---------------------|-----------------------|
| *0.003 | 15.90 | 63 | 16 | 47 | التكرار | أشاهدها دائما |
| | | 100 | 25.4 | 74.6 | النسبة للنوع | |
| | | 19.7 | 5 | 14.7 | النسبة للمجموع | |
| | | 95 | 35 | 60 | التكرار | أشاهدها غالبا |
| | | 100 | 36.8 | 63.2 | النسبة للنوع | |
| | | 29.8 | 11 | 18.8 | النسبة للمجموع | |
| | | 114 | 51 | 63 | التكرار | أشاهدها أحيانا |
| | | 100 | 44.7 | 55.3 | النسبة للنوع | |
| | | 35.7 | 16 | 19.7 | النسبة للمجموع | |
| | | 46 | 28 | 18 | التكرار | أشاهدها الكن نادرا |
| | | 100 | 60.9 | 39.1 | النسبة للنوع | |
| | | 14.4 | 8.8 | 5.6 | النسبة للمجموع | |
| | | 1 | 0 | 1 | التكرار | لا أشاهدها بتاتا |
| | | 100 | 0 | 100 | النسبة للنوع | |
| | | 0.3 | 0 | 0.3 | النسبة للمجموع | |
| | | 319 | 130 | 189 | التكرار | المجموع |
| | | 100 | 40.8 | 59.2 | النسبة للنوع | |
| | | 100 | 40.8 | 59.2 | النسبة للمجموع | |

يبين الجدول السابق قيم التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمستوى مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي، وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (15.90) لمستوى مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني حسب النوع الاجتماعي بمستوى دلالة (0.003)، وتعد هذه القيمة دالة إحصائياً لأنها أقل من 0.05 مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني بين الذكور والإناث.

نتائج الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي.

جدول (18) التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي.

| مستوى الدلالة | χ^2 | المجموع | أنثى | ذكر | التكرار / النسبة | الاستجابة |
|---------------|----------|---------|------|------|------------------|------------------------------|
| 0.000 | 20.63 | 179 | 89 | 90 | التكرار | أقل من ساعتين في الأسبوع |
| | | 100 | 49.7 | 50.3 | النسبة للنوع | |
| | | 56.1 | 27.9 | 28.2 | للمجموع | |
| | | 73 | 29 | 44 | التكرار | أقل من أربع ساعات في الأسبوع |
| | | 100 | 39.7 | 60.3 | النسبة للنوع | |
| | | 22.9 | 9.1 | 13.8 | للمجموع | |
| | | 46 | 9 | 37 | التكرار | أقل من سبع ساعات في الأسبوع |
| | | 100 | 19.6 | 80.4 | النسبة للنوع | |
| | | 14.4 | 2.8 | 11.6 | للمجموع | |
| | | 21 | 3 | 18 | التكرار | سبع ساعات فأكثر في الأسبوع |
| | | 100 | 14.3 | 85.7 | النسبة للنوع | |
| | | 6.6 | 0.9 | 5.6 | للمجموع | |
| | | 319 | 130 | 189 | التكرار | المجموع |
| | | 100 | 40.8 | 59.2 | النسبة للنوع | |
| | | 100 | 40.8 | 50.2 | للمجموع | |

يبين الجدول بأعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي، وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (20.63) لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني حسب النوع الاجتماعي بمستوى دلالة (0.000) وتعد هذه القيمة دالة إحصائية لأنها أقل من 0.05 مما يشير

إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني بين الذكور والإناث.

نتائج الفرضية الثالثة التي تنص على "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة

البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى لمكان الإقامة"

وللتحقق من هذه الفرضية فقد استخدمت التكرارات والنسب المئوية واختبار مربع كاي حيث

يوضح الجدول التالي نتيجة هذه الفرضية.

جدول (19) التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في

التلفزيون الأردني تعزى لمكان الإقامة

| مستوى الدلالة | χ^2 | المجموع | مغترب خارج الأردن | محافظات الجنوب | محافظات الشمال | محافظات الوسط | التكرار / النسبة | الاستجابة |
|------------------|----------|---------|-------------------------|-------------------|-------------------|------------------|---------------------|------------------------------------|
| 0.041 | 17.51 | 179 | 9 | 30 | 63 | 77 | التكرار | أقل من ساعتين في الأسبوع |
| | | 100 | 5 | 16.8 | 35.2 | 43 | للنوع | |
| | | 56.1 | 2.8 | 9.4 | 19.7 | 24.1 | للمجموع | |
| | | 73 | 3 | 19 | 29 | 22 | التكرار | أقل من أربع ساعات في الأسبوع |
| | | 100 | 4.1 | 26 | 39.7 | 30.1 | للنوع | |
| | | 22.9 | .09 | 6 | 9.1 | 6.9 | للمجموع | |
| | | 46 | 1 | 17 | 16 | 12 | التكرار | أقل من سبع ساعات في الأسبوع |
| | | 100 | 2.2 | 37 | 34.8 | 26.1 | للنوع | |
| | | 14.4 | 0.3 | 5.3 | 5 | 3.8 | للمجموع | |
| | | 21 | 2 | 1 | 10 | 8 | التكرار | سبع ساعات فأكثر في الأسبوع |
| | | 100 | 9.5 | 4.8 | 47.6 | 38.1 | للنوع | |
| | | 6.6 | 0.6 | 0.3 | 3.1 | 2.5 | للمجموع | |
| 319 | 15 | 67 | 118 | 119 | التكرار | المجموع | | |
| 100 | 4.7 | 21 | 37 | 37.3 | للنوع | | | |
| 100 | 4.7 | 21 | 37 | 37.3 | للمجموع | | | |

يبين الجدول السابق قيم التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى لمكان الإقامة، وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (17.51) لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني حسب مكان الإقامة بمستوى دلالة (0.041)، وتعد هذه القيمة دالة إحصائياً لأنها أقل من 0.05 مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني بين فئات متغير مكان الإقامة.

نتائج الفرضية الرابعة التي تنص على "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العادات الاتصالية لدى مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي".
وللتحقق من هذه الفرضية فقد استخدمت التكرارات والنسب المئوية واختبار مربع كاي حيث يوضح الجدول التالي نتيجة هذه الفرضية.

جدول (20) التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة للعادات الاتصالية للبرامج الرياضية في

التلفزيون الأردني تبعا للنوع الاجتماعي

| السؤال | الاستجابة | التكرار / النسبة | ذكر | أنثى | المجموع | χ^2 | مستوى الدلالة |
|--------|-----------------------|------------------|------|------|---------|----------|---------------|
| الثالث | أشاهدها عن قصد وتخطيط | التكرار | 126 | 52 | 178 | 22.20 | 0.000 |
| | | النسبة للنوع | 70.8 | 29.2 | 100 | | |
| | | للمجموع | 39.5 | 16.3 | 55.8 | | |
| | التكرار | 63 | 78 | 141 | | | |
| | أشاهدها بالصدفة | | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|------|---------------------------|---------------------|-----------------|------------------|---------------------|--------|
| | | 100 | 55.7 | 44.7 | النسبة النسبة للنوع | | | | | |
| | | 44.2 | 24.5 | 19.7 | للمجموع | | | | | |
| | | 319 | 130 | 189 | التكرار | المجموع | | | | |
| | | 100 | 40.8 | 59.2 | النسبة للنوع | | | | | |
| | | 100 | 40.8 | 59.2 | للمجموع | | | | | |
| 0.000 | 42.66 | 85 | 23 | 62 | التكرار | | منفردا | الخامس | | |
| | | 100 | 27.1 | 72.9 | النسبة للنوع | | | | | |
| | | 26.6 | 7.2 | 19.4 | للمجموع | | | | | |
| | | 112 | 73 | 39 | التكرار | مع بعض أفراد الأسرة | | | | |
| | | 100 | 65.2 | 34.8 | النسبة للنوع | | | | | |
| | | 35.1 | 22.9 | 12.2 | للمجموع | | | | | |
| | | 122 | 34 | 88 | التكرار | بصحبة بعض الأصدقاء | | | | |
| | | 100 | 27.9 | 72.1 | النسبة للنوع | | | | | |
| | | 38.2 | 10.7 | 27.6 | للمجموع | | | | | |
| | | | | 319 | 130 | 189 | التكرار | | المجموع | |
| | | | | 100 | 40.8 | 59.2 | النسبة للنوع | | | |
| | | | | 100 | 40.8 | 59.2 | للمجموع | | | |
| | | 0.000 | 18.78 | 44 | 18 | 26 | التكرار | | غالبًا أوقات النهار | السادس |
| | | | | 100 | 40.9 | 59.1 | النسبة للنوع | | | |
| 13.8 | 5.6 | | | 8.2 | للمجموع | | | | | |
| 98 | 23 | | | 75 | التكرار | غالبًا أوقات الليل | | | | |
| 100.0 | 23.5 | | | 76.5 | النسبة للنوع | | | | | |
| 30.7 | 7.2 | | | 23.5 | للمجموع | | | | | |
| | | | | 177 | 89 | 88 | التكرار | حسب وقت البرنامج | | |

| | | | | | | | |
|--|--|-------|------|------|-----------------|---------|--|
| | | 100.0 | 50.3 | 49.7 | النسبة للنوع | | |
| | | 55.5 | 27.9 | 27.6 | للمجموع | | |
| | | 319 | 130 | 189 | التكرار | المجموع | |
| | | 100.0 | 40.8 | 59.2 | النسبة للنوع | | |
| | | 100.0 | 40.8 | 59.2 | للمجموع | | |

يبين الجدول أعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة للعادات الاتصالية أثناء مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تبعا للنوع الاجتماعي (الأسئلة 3 و 5 و 6) وهي ثلاث من أركان العادات الاتصالية، وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (22.20) للسؤال الثالث بمستوى دلالة (0.000)، بينما بلغت للسؤال الخامس (42.66) بمستوى دلالة (0.000)، وبلغت للسؤال السادس (18.78) بمستوى دلالة (0.000)، وتعد هذه القيم دالة إحصائيا لأنها أقل من 0.05 مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في هذه الأسئلة حسب متغير مكان الإقامة.

نتائج الفرضية الخامسة التي تنص على "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة

البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للسنة الدراسية للطالب"

وللتحقق من هذه الفرضية فقد استخدمت التكرارات والنسب المئوية واختبار مربع كاي حيث

يوضح الجدول التالي نتيجة هذه الفرضية.

جدول (21) التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية

في التلفزيون الأردني تبعا للسنة الدراسية

| مستوى الدلالة | χ^2 | المجموع | رابعة | ثالثة | ثانية | أولى | التكرار / النسبة | الاستجابة |
|------------------|----------|---------|-------|-------|-------|------|---------------------|-----------|
| 0.901 | 4.16 | 179 | 28 | 51 | 74 | 26 | التكرار | أقل من |
| | | 100.0 | 15,6 | 28.5 | 41.3 | 14.5 | النسبة | ساعتين في |
| | | 56.1 | 8.8 | 16.0 | 23.2 | 8.2 | للمجموع | الأسبوع |
| | | 73 | 8 | 22 | 28 | 15 | التكرار | أقل من |
| | | 100.0 | 11.0 | 30.1 | 38.4 | 20.5 | النسبة | أربع |
| | | 22.9 | 2.5 | 6.9 | 8.8 | 4.7 | للمجموع | ساعات في |
| | | 46 | 6 | 11 | 20 | 9 | التكرار | أقل من |
| | | 100.0 | 13.0 | 23.9 | 43.5 | 19.6 | النسبة | سبع |
| | | 14.4 | 1.9 | 3.4 | 6.3 | 2.8 | للمجموع | ساعات في |
| | | 21 | 4 | 5 | 10 | 2 | التكرار | سبع |
| | | 100.0 | 19.0 | 23.8 | 47.6 | 9.5 | النسبة | ساعات |
| | | 6.6 | 1.3 | 1.6 | 3.1 | 0.6 | للمجموع | فأكثر في |
| | | | | | | | الأسبوع | |
| | | 319 | 46 | 89 | 132 | 52 | التكرار | المجموع |
| | | 100.0 | 14.4 | 27.9 | 41.4 | 16.3 | النسبة | |
| | | 100.0 | 14.4 | 27.9 | 41.4 | 16.3 | للمجموع | |

يبين الجدول السابق قيم التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تبعاً للسنة الدراسية، وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (4.16) لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني حسب السنة الدراسية بمستوى دلالة (0.901)، وتعد هذه القيمة غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من 0.05 مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني بين فئات متغير السنة الدراسية.

نتائج الفرضية السادسة التي تنص على "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أولويات

الطلبة نحو البرامج الرياضية الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني تعزى للسنة الدراسية".

وللتحقق من هذه الفرضية فقد استخدمت التكرارات والنسب المئوية واختبار مربع كاي حيث

يوضح الجدول (22) نتيجة هذه الفرضية:

جدول (22) التكرارات والنسب المئوية ومربع كاي للفروق في اختيارات المبحوثين نحو البرامج الرياضية

الأكثر تفضيلاً تبعاً للسنة الدراسية

| مستوى الدلالة | χ^2 | المجموع | رابعة | ثالثة | ثانية | أولى | التكرار / النسبة | البرامج الرياضية الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني |
|------------------|----------|---------|-------|-------|-------|------|---------------------|--|
| 0.000 | 24.54 | 41 | 9 | 7 | 18 | 7 | التكرار | الرياضية الحوارية |
| | | 100.0 | 22.0 | 17.1 | 43.9 | 17.1 | النسبة | |
| | | 100.0 | 22.0 | 17.1 | 43.9 | 17.1 | للمجموع | |
| 0.000 | 28.23 | 43 | 6 | 9 | 21 | 7 | التكرار | المعلوماتية (الإخبارية والقصص والسير) |
| | | 100.0 | 14.0 | 20.9 | 48.8 | 16.3 | النسبة | |
| | | 100.0 | 14.0 | 20.9 | 48.8 | 16.3 | للمجموع | |
| 0.000 | 51.33 | 93 | 17 | 21 | 36 | 19 | التكرار | الرياضة الأجنبية |
| | | 100.0 | 18.3 | 22.6 | 38.7 | 20.4 | النسبة | |
| | | 100.0 | 18.3 | 22.6 | 38.7 | 20.4 | للمجموع | |
| 0.000 | 104.31 | 168 | 27 | 41 | 76 | 24 | التكرار | الرياضية المنوعة |
| | | 100.0 | 16.1 | 24.4 | 45.2 | 14.3 | النسبة | |
| | | 100.0 | 16.1 | 24.4 | 45.2 | 14.3 | للمجموع | |
| 0.000 | 84.97 | 136 | 19 | 42 | 58 | 17 | التكرار | نقل المباريات الرياضية حية أو مسجلة |
| | | 100.0 | 14.0 | 30.9 | 42.6 | 12.5 | النسبة | |
| | | 100.0 | 14.0 | 30.9 | 42.6 | 12.5 | للمجموع | |

يبين الجدول بأعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على سؤال "البرامج

الرياضية الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني" تبعاً للسنة الدراسية وقد بلغت قيمة مربع كاي

المحسوبة (24.54) لفئة الرياضية الحوارية بمستوى دلالة (0.000) وبلغت (28.23)

للمعلوماتية (الإخبارية والقصص والسير) بمستوى دلالة (0.000) وبلغت (51.33) للرياضة الأجنبية بمستوى دلالة (0.000) وبلغت (104.31) للرياضة المتنوعة بمستوى دلالة (0.000) وبلغت (84.97) لنقل المباريات بمستوى دلالة (0.000) وتعد هذه القيم دالة إحصائياً لأنها أقل من 0.05 مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في السؤال الثامن " البرامج الرياضية الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني" تبعا للسنة الدراسية.

نتائج الفرضية السابعة التي تنص على "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أولويات الطلبة نحو البرامج الرياضية الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي" وللتحقق من هذه الفرضية فقد استخدمت التكرارات والنسب المئوية واختبار مربع كاي حيث يوضح الجدول (23) نتيجة هذه الفرضية.

جدول (23) التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على السؤال الثامن " البرامج الرياضية

الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني" تبعا للنوع الاجتماعي

| مستوى الدلالة | χ^2 | المجموع | إناث | ذكور | التكرار / النسبة | البرامج الرياضية الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني |
|------------------|----------|---------|------|------|---------------------|--|
| 0.086 | 2.95 | 41 | 15 | 26 | التكرار | الرياضية الحوارية |
| | | 100.0 | 36.6 | 63.4 | النسبة | |
| | | 100.0 | 36.6 | 63.4 | للمجموع | |
| 0.047 | 3.93 | 43 | 15 | 28 | التكرار | المعلوماتية (الإخبارية والقصص والسير) |
| | | 100.0 | 34.9 | 65.1 | النسبة | |
| | | 100.0 | 34.9 | 65.1 | للمجموع | |
| 0.000 | 16.35 | 93 | 27 | 66 | التكرار | الرياضة الأجنبية |
| | | 100.0 | 29.0 | 71.0 | النسبة | |
| | | 100.0 | 29.0 | 71.0 | للمجموع | |
| 0.440 | 0.60 | 168 | 79 | 89 | التكرار | الرياضية المتنوعة |
| | | 100.0 | 47.0 | 53.0 | النسبة | |
| | | 100.0 | 47.0 | 53.0 | للمجموع | |
| 0.010 | 6.62 | 136 | 53 | 83 | التكرار | نقل المباريات الرياضية حية أو مسجلة |
| | | 100.0 | 39.0 | 61.0 | النسبة | |
| | | 100.0 | 39.0 | 61.0 | للمجموع | |

يبين الجدول بأعلاه قيم التكرارات والنسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على السؤال الثامن " البرامج الرياضية الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني" تبعا للنوع الاجتماعي، وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (2.95) لفئة الرياضية الحوارية بمستوى دلالة (0.086)، وبلغت (3.93) للمعلوماتية (الإخبارية والقصص والسير) بمستوى دلالة (0.047)، وبلغت (16.35) للرياضة الأجنبية بمستوى دلالة (0.000)، وبلغت (0.60) للرياضة المتنوعة بمستوى دلالة (0.440)، وبلغت (6.62) لنقل المباريات بمستوى دلالة (0.010)، وتعد هذه القيم دالة إحصائياً لأنها أقل من 0.05 مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية " أنواع البرامج

الرياضية الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني " تبعا للنوع الاجتماعي " باستثناء الخيار المتعلق بالرياضات المنوعة الذي بلغ فيها مربع كاي (0.60) بمستوى دلالة (0.440) وهي تعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في هذا الخيار تحديداً.

الفصل الخامس: مناقشة النتائج

في هذا الفصل سنقوم بمناقشة نتائج الدراسة، بعد أن نذكر أسئلتها وفرضياتها وعلى النحو التالي:

أسئلة الدراسة وفرضياتها:

أولاً: أسئلة الدراسة:

كانت أسئلة الدراسة على النحو التالي:

للدراسة سؤال رئيسي يتمثل في: ما دور البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في تنمية الثقافة

الرياضية لدى طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيسي عدد من الأسئلة الفرعية كما يلي:

أولاً: أسئلة الدراسة:

السؤال الأول: ما دافعية مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني لدى طلبة كليات

التربية الرياضية في الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

السؤال الثاني: ما مستوى مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك

للبرامج الرياضية في التلفزيون الأردني؟

السؤال الثالث: ما معدل مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية الثلاث للبرامج الرياضية في

التلفزيون الأردني ؟

السؤال الرابع: ما الوضعية الاجتماعية لطلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية،

اليرموك أثناء مشاهدتهم للبرامج الرياضية في التلفزيون الأردني؟

السؤال الخامس: ما أوقات مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني من قبل طلبة

الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

السؤال السادس: ما البرامج الرياضية الأسبوعية التي يحرص طلبة الجامعات الأردنية الثلاث

على متابعتها؟

السؤال السابع: ما البرامج الرياضية الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني من وجهة نظر

طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

السؤال الثامن: ما نوع الألعاب الرياضية التي يحرص طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة،

الأردنية، اليرموك على متابعتها؟

السؤال التاسع: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تحسين الثقافة القانونية الرياضية

للطلبة في الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

السؤال العاشر: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تعزيز حب طلبة الجامعات الأردنية

الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

السؤال الحادي عشر: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الطموح في المجال

الرياضي للطلبة في الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

السؤال الثاني عشر: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الصحة النفسية للطلبة في

الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

السؤال الثالث عشر: ما مستوى الرضا لطلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية،

اليرموك عن أسلوب التلفزيون الأردني في تغطية البرامج الرياضية؟

ثانياً: فرضيات الدراسة:

وفرضيات الدراسة سبع كما يلي:

الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي.

الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى لمكان الإقامة.

الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العادات الاتصالية لدى مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي.

الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للسنة الدراسية للطلاب.

الفرضية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أولويات الطلبة نحو البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للسنة الدراسية.

الفرضية السابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أولويات الطلبة نحو البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي.

5-1: مناقشة نتائج الأسئلة:

السؤال الأول: ما دافعية مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني لدى طلبة كليات التربية الرياضية في الجامعات الأردنية الثلاث؟

وقد قصد بهذا السؤال إذا ما كانت مشاهدة برامج التلفزيون الرياضية تتم عن طريق الصدفة أو بتخطيط ومتابعة وقصد، ويمثل هذا السؤال ركنا من أركان العادات الاتصالية للمشاهدة. وقد تبين أن عدد الذين يشاهدون برامج التلفزيون الأردني الرياضية عن قصد وتخطيط (178) ويمثلون ما نسبته (55.8%) من عينة الدراسة بينما بلغ عدد الذين يشاهدون برامج التلفزيون الأردني الرياضية بالصدفة (141) ويمثلون ما نسبته (44.2%) من أفراد العينة.

ويمكن تفسير الصدفة بأكثر من تعليل، فالصدفة قد تعني أن المبحوث شاهد برامج التلفزيون لأن أحد أفراد الأسرة كان يتابعها، أو أنه شاهدها أثناء تجواله بين القنوات التلفزيونية، أو أن ذلك وقع أثناء زيارة أحد الأقارب أو الأصدقاء وغيرهم، مما يعني أن هذه النسبة لا تحرص على متابعة هذا النوع من البرامج تحديداً أو هذه القناة عموماً.

السؤال الثاني: ما مستوى مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك للبرامج الرياضية في التلفزيون الأردني؟

ويمثل هذا السؤال الركن الثاني من أركان العادات الاتصالية. ويتبين من خلال نتائج البحث أن ليس هنالك تركيز على مشاهدة البرامج الرياضية، فمعظم أفراد عينة الدراسة يشاهدون بمستوى "يشاهدونها غالباً" (114) فرداً يمثلون ما نسبته (35.7%) من أفراد العينة، تلاهم فئة الذين يشاهدون "يشاهدونها أحياناً" بتكرار (95) ويمثلون ما نسبته (29.8%) من أفراد العينة، ثم الذين "يشاهدونها دائماً" بتكرار (47) وبنسبة (14.7%) من أفراد العينة، ويلاحظ أن عدد الذين

نادرا ما يشاهدون البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني قد بلغ (63) يمثلون ما نسبته (19.7%). وتتعارض هذه النسب (ظاهريا) مع ما توصل إليه (حرب، 2008)، حيث وجد أن نسبة (88.9%) من أفراد العينة المدروسة تشاهد التلفزيون الأردني مقابل (11.1%) لا تشاهد التلفزيون الأردني. ويمكن تفسير هذا الفرق الكبير بين الدراستين بسببين أو عاملين: الأول هو أن دراسة قبلان تسأل عن كافة برامج التلفزيون الأردني في حين أن دراستنا هذه تسأل فقط عن البرامج الرياضية التي من الطبيعي أن تعزف بعض شرائح المشاهدين عن متابعتها. أما العامل الثاني فإن دراسة حرب لم تميز بين مستويات المشاهدة، ولو جمعنا كل ما يشاهد البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني بمستويات المشاهدة المختلفة لأصبح لدينا (50.4%) من أفراد العينة يشاهدون برامج التلفزيون الرياضية بمستويات (دائما وغالبا)، أما إذا أضفنا إليهم النسبة الأخرى (يشاهدونها أحيانا) فإنه يصبح لدينا حوالي (80%) من أفراد العينة يشاهدون برامج التلفزيون الرياضية، وهذه النسب جميعها مرضية ومقبولة في ضوء التنافسية الشديدة من قبل القنوات الرياضية المتخصصة وغير المتخصصة التي تنقل الكثير من المباريات والأحداث الرياضية بسرعة وبكفاءة عالية.

السؤال الثالث: ما معدل مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية الثلاث للبرامج الرياضية في

التلفزيون الأردني؟

ويمثل هذا السؤال الركن الثالث من أركان العادات الاتصالية، وتفيد معرفة إجابة هذا السؤال في التعرف على متوسط أو معدل مجموع الساعات التي يقضيها المشاهدين في متابعة برامج رياضية معينة، وبالتالي يمكن الاعتماد على هذا المؤشر للتنبؤ بمدى استعداد المشاهدين الشباب لمتابعة برامج رياضية في اليوم الواحد أو في الأسبوع أو في الشهر مما سيساعد على التخطيط

للدورات البرمجية، ومما يساعد على دراسة تأثير وسائل الإعلام والبرامج الرياضية خصوصا في اتجاهات المشاهدين. وقد اهتمت نظرية "الغرس الثقافي" بمعدل المشاهدة أو مستوياتها للتعرف على "كثافة المشاهدة"، وهذه النظرية تعتبر أن التراكم المعرفي يجري للمتلقين من خلال "كثافة المشاهدة". فالأعمال التلفزيونية ، وقوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها في محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية التي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة.(عبد الحميد،37،1993)

ويتبين أن عدد الذين يشاهدون البرامج الرياضية لمدة أقل من ساعتين في الأسبوع قد بلغت (179) فردا يمثلون ما نسبته (56.1%) من أفراد العينة، وهذه النسبة تقارب ما توصل إليه دراسة (حرب،2008)، إذ بلغت نسبة الذين يشاهدون التلفزيون الأردني في دراسته (30.9%) من أفراد العينة ، ونسبة (27.3%) من أفراد العينة للذين يشاهدون لمدة من ساعة إلى ساعتين، وبجمع النسبتين ينتج أن نسبة الذين يشاهدون أقل من ساعتين في دراسة حرب تساوي (58.2%) من أفراد العينة. أما فئة الذين يشاهدون لمدة أكثر من ساعتين وأقل من اربع ساعات فقد بلغ تكرارها (73) فردا يمثلون ما نسبته (22.9%) من أفراد العينة ، ثم الذين يشاهدون لمدة أكثر من أربع ساعات وأقل من 7 ساعات بتكرار (46) وبنسبة (14.4%) من أفراد العينة، ويلاحظ أن عدد الذين نادرا ما يشاهدون البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني لمدة تزيد عن السبع ساعات قد بلغ (21) يمثلون ما نسبته (16%) من أفراد العينة.

وعموما تعتبر هذه النسب جيدة وأحيانا مرتفعة إذا ما أخذنا بعين الاعتبار المنافسة الكبيرة في القنوات الفضائية المنتشرة في الفضاء، لكن يبدو أن ما يرفع هذه النسبة من المشاهدة هو اهتمام شريحة الدراسة بالبرامج الرياضية المحلية التي تبث عبر شاشة التلفزيون الأردني بلا منافس،

إذ قليلا ما تهتم القنوات الفضائية غير الأردنية ببث المباريات المحلية، وحتى القنوات الأردنية المحلية الخاصة، فهي أيضا نادرا ما تبث هذه المباريات لأسباب تتعلق بالاهتمام أو بالقدرات الفنية على النقل أو التسجيل.

السؤال الرابع: ما الوضعية الاجتماعية لطلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك أثناء مشاهدتهم للبرامج الرياضية في التلفزيون الأردني؟

ويمثل هذا السؤال الركن الثالث من العادات الاتصالية للمشاهدة، ويتبين أن عدد الذين يشاهدون البرامج الرياضية بصحبة بعض الأصدقاء قد بلغت (122) فردا يمثلون ما نسبته (38%) من أفراد العينة تلاهم فئة الذين يشاهدون مع بعض أفراد الأسرة بتكرار (112) ويمثلون ما نسبته (35%) من أفراد العينة، ثم الذين يشاهدون بشكل منفرد بتكرار (85) وبنسبة (26.6%) من أفراد العينة.

ويلاحظ مما سبق أن نسبة الذين يشاهدون البرامج الرياضية مع أصدقاء لهم كانت هي النسبة الأعلى من بين النسب الأخرى، ويفسر هذا بأن الألعاب الرياضية هي هواية ونشاط يهتم الشباب ويحقق لهم إشباعات مختلفة، منها إشباعات اجتماعية - كما تقول نظرية الاستخدام والإشباعات - تتمثل في الاجتماعات واللقاءات والتنافس والتساند فيما بينهم أثناء أو في فترة إجراء المباريات. وقد يصح هذا أيضا على أفراد الأسرة إضافة إلى الأصدقاء، فالاهتمام المشترك بين أفراد الأسرة في نوع معين من الرياضات أو في متابعة منافسات رياضية معينة، قد يحقق لهم حاجات اجتماعية كالاتحاد والحوار والتعاون، وقد يحقق لهم حاجات أو إشباعات نفسية كالالتنافس أو تنفيس الغضب أو التوتر وغير ذلك من الحاجات النفسية التي يمكن تفريغها

والتعبير عنها عن طريق المشاهدة والمناصرة لفريق أو للاعب ضد آخر، بدل أن يجري التعبير عنها بطرق أكثر عنفاً.

السؤال الخامس: ما أوقات مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني من قبل طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

وهو الركن الرابع من أركان العادات الاتصالية للمشاهدة، وهو يشير إلى الأوقات التي يميل المشاهدون فيها إلى متابعة البرامج الرياضية إن كانت في الليل أو في النهار أو حسب وقت البرنامج.

يتبين أن عدد الذين يشاهدون البرامج الرياضية حسب وقت البرنامج قد بلغت (177) فرداً يمثلون ما نسبته (55.5%) تلاهم فئة الذين يشاهدون في الليل بتكرار (98) ويمثلون ما نسبته (30.7%) ثم الذين يشاهدون بالنهار بتكرار (44) وبنسبة (13.8%).

وقد يصح تفسير هذه النتيجة بأن الفئة الأولى هي فئة تحرص جداً على متابعة البرامج الرياضية في أي وقت تبت، مما يعني تعلق هذه الفئة أو حرصها الشديد على مشاهدة البرامج الرياضية، أما الفئة الثانية (الذين يشاهدون في الليل)، فقد يصح تفسيرها بأكثر من تعليل، منها أن هذا هو الوقت المتاح لهم لمشاهدة التلفزيون، أو أنهم أقل اهتماماً بالمتابعة في كل الأوقات، وتتنطبق هذه التعليقات على الفئة الأخيرة أيضاً (الذين يشاهدون في النهار).

السؤال السادس: ما البرامج الرياضية الأسبوعية التي يحرص طلبة الجامعات الأردنية الثلاث على متابعتها؟

يتبين أن ليس هنالك تركيز على مشاهدة البرامج الرياضية إذ معظم أفراد عينة الدراسة يشاهدون بمستوى أحياناً (109) فرداً يمثلون ما نسبته (34.2%) من أفراد العينة، تلاهم فئة

الذين يشاهدون غالبا بتكرار (68) ويمثلون ما نسبته (21.3%) من أفراد العينة، ثم الذين يشاهدون دائما بتكرار (27) وبنسبة (8.5%) من أفراد العينة، ويلاحظ أن عدد الذين نادرا ما يشاهدون البرامج الرياضية الدورية في التلفزيون الأردني قد بلغ (73) يمثلون ما نسبته (22.9%) من أفراد العينة، ثم الذين لا يتابعون البرامج الدورية بتكرار (42) ويمثلون ما نسبته (13.2%) من أفراد العينة.

ويقصد بهذا السؤال التعرف على مدى شعبية البرامج الرياضية الأسبوعية التي يبثها التلفزيون الأردني باعتبارها برامج قديمة في الكثير دورات التلفزيون الأردني البرمجية، وهذه البرامج هي: برنامج "المجلة الرياضية" الذي بدأ بثه منذ عام 1992، ثم برنامج "مختارات رياضية" الذي بدأ بثه في القناة الرياضية الأرضية عام 2001 ثم انتقل ليبيث على القناة الفضائية. وتشير هذه النسب إلى نجاح البرامج الرياضية الأسبوعية في جذب قطاع كبير من المشاهدين، مما يدل على أهمية البرامج الرياضية الأسبوعية بالنسبة لهذه الفئة. وتتناقض هذه النتيجة جزئيا مع ما توصل إليه (الزعيبي، 1992) بشأن برنامج المجلة الرياضية إذ أظهرت دراسته بأن ما نسبته (50.7%) من طلبة الجامعات الأردنية غير موافقين "بالشكل الكلي الإجمالي" عن برنامج المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني، أي أن ما نسبته (50%) تقريبا من افراد عينة دراسته يوافقون على فقرات المجلة الرياضية. ويمكن تفسير هذا التناقض بأسباب كثيرة خصوصا أن فترة زمينة كبيرة مضت بين الدراستين.

السؤال السابع: ما البرامج الرياضية الأكثر تفضيلا في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

ويقصد بالبرامج المتنوعة تلك البرامج التي تقدم وجبة متنوعة من الأخبار الرياضية والمباريات والحوارات وغيرها.

يتبين أن أفراد العينة يفضلون البرامج الرياضية المتنوعة قد بلغت بتكرار (168) ويمثلون ما نسبته (52.7%) من أفراد العينة ، ثم الذين يتابعون البرامج الرياضية الأجنبية بتكرار (97) وبنسبة (28.8%) من أفراد العينة ، فالذين يتابعون البرامج المعلوماتية بتكرار (43) وبنسبة (13.5%) من أفراد العينة ، ثم الذين يتابعون البرامج الرياضية الحوارية بتكرار (41) وبنسبة (12.9%) من أفراد العينة.

وتؤيد هذه النتيجة أيضا ما نادى به نظرية الاستخدامات والإشباع من أن الوسائل الإعلامية وبرامجها يوفران للمتلقي حاجات كثيرة متنوعة اجتماعية ومعرفية ونفسية.

السؤال الثامن: ما نوع الألعاب الرياضية التي يحرص طلبة الجامعات الأردنية الثالث: مؤتة، الأردنية، اليرموك على متابعتها؟

يتبين أن أفراد العينة يشاهدون كرة القدم بشكل أساسي إذ بلغت بتكرار (242) ويمثلون ما نسبته (75.9%) من أفراد العينة، وهذه النتيجة منطقية في ضوء معرفتنا بأهمية وشعبية رياضة كرة القدم حيث تستأثر هذه الرياضة على اهتمام أكثر شرائح المجتمع، ثم تلا ذلك فئة الذين يتابعون كرة السلة بتكرار (89) وبنسبة (27.9%) من أفراد العينة، فالذين يتابعون كرة الطائرة بتكرار (69) وبنسبة (21.6%)، ثم الذين يتابعون ألعاب القوى بتكرار (56) وبنسبة (17.6%) من أفراد العينة ، ثم الذين يتابعون تنس الطاولة بتكرار (39) وبنسبة (12.2%) من أفراد العينة، بينما بلغ عدد الذين يتابعون أنواعا أخرى من الرياضات (55) فردا يمثلون ما نسبته (17.2%) من أفراد العينة.

وتعدّ هذه النتائج والنسب منطقية في ضوء معرفتنا بمدى الاهتمام الكبير الذي تحوز عليه رياضة كرة القدم التي تعدّ اللعبة الشعبية الأكثر شهرة من بين الألعاب الرياضية الأخرى، وكذلك الحال بالنسبة لرياضة كرة السلة التي تعتبر الثانية بعد كرة القدم.

السؤال التاسع: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تحسين الثقافة القانونية الرياضية للطلبة المبحوثين؟

ويلاحظ من خلال البيانات أن (187) فردا يمثلون ما نسبته (58.6%) من أفراد العينة، تسهم البرامج الرياضية في تحسين ثقافتهم الرياضية، بينما بلغ عدد الأفراد الذين تسهم البرامج الرياضية في تحسين ثقافته القانونية الرياضية بدرجة كثيرة (83) فردا يمثلون ما نسبته (26%) من أفراد العينة ، وقد بلغ عدد الذين لا تسهم البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في تحسين ثقافتهم الرياضية القانونية (49) فردا يمثلون ما نسبته (15%) من أفراد العينة.

وفي هذه النتائج تأكيد آخر على ما أتت به كلا النظريتين، "الغرس الثقافي" و "الاستخدامات والإشباعات"، فنظرية الغرس الثقافي تؤكد على تراكم المعرفة، والأخرى تؤكد على إشباع وتحقيق حاجات معرفية، وهذا ما يتمثل في تحصيل المعرفة بقوانين الألعاب الرياضية، وهي حاجة ماسة بالنسبة لهذه الشريحة من الطلبة الجامعيين المهتمين بمتابعة الألعاب الرياضية لأسباب أكاديمية أو بسبب الميول والهوايات.

السؤال العاشر: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تعزيز حب طلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

ويلاحظ من خلال البيانات أن (166) فردا يمثلون ما نسبته (52%) من أفراد العينة ، تسهم البرامج الرياضية في حبهم للألعاب الرياضية، وقد بلغ عدد الذين تسهم البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في حبهم للألعاب الرياضية بصورة كبيرة (76) فردا يمثلون ما نسبته (23.8%) من أفراد العينة، بينما بلغ عدد الأفراد الذين لا تسهم البرامج الرياضية في حبهم للألعاب الرياضية (77) فردا يمثلون ما نسبته (24.1%) من أفراد العينة.

وهذه النتيجة تعكس مدى مساهمة البرامج الرياضية في خلق عادات مشاهدة أو "حالات إدمان" على متابعة البرامج الرياضية إن صح التعبير .

وكانت دراسة (حرب، 2008) قد استنتجت أن تأثير الدوافع الوجدانية لدى المشاهدين نحو مشاهدة برامج التلفزيون الأردني كانت متوسطة، وقد عرفت الدراسة دوافع المشاهدة بدوافع معرفية وأخرى سلوكية وثالثة وجدانية، ووجدت الدراسة أن الدوافع الوجدانية مثل تنمية القيم الدينية والروحية أو الهروب من مشاكل الحياة اليومية أو الانفتاح على العالم. ووجه التقارب في هذين السؤالين بين الدراستين يتمثل في أن الدوافع للمشاهدة لم تكن معرفية أو سلوكية بل كانت ذات دوافع تتعلق بالنفس أو الوجدان.

السؤال الحادي عشر: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الطموح في المجال

الرياضي للطلبة في الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

ويلاحظ من خلال البيانات أن (152) فردا يمثلون ما نسبته (47.6%) من أفراد العينة ، تسهم البرامج الرياضية في طموحهم في المجال الرياضي، وقد بلغ عدد الذين تسهم البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في طموحهم في المجال الرياضي بصورة كبيرة (88) فردا يمثلون ما

نسبته (26.7%) من أفراد العينة، بينما بلغ عدد الأفراد الذين لا تسهم البرامج الرياضية في طموحهم في المجال الرياضي (79) فردا يمثلون ما نسبته (24.8%) من أفراد العينة. وهذه النتيجة تؤكد ما قالت به نظرية الغرس الثقافي، إذ إن تراكم المشاهدة أو تتابعها يخلق في ذهن المتلقي صوراً جاذبة قد تشكل قدوة أو إنموذجاً يقتدي به المتلقي ويحاول تقليده واقتفاء الطريق التي يسير عليها.

السؤال الثاني عشر: ما مدى مساهمة البرامج الرياضية في تنمية الصحة النفسية للطلبة في الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك ؟

ويلاحظ من خلال البيانات أن (159) فرداً يمثلون ما نسبته (49.8%) من أفراد العينة، أي حوالي نصف العينة المدروسة تسهم البرامج الرياضية، في تنمية طموحهم في المجال الرياضي نوعاً ما، أي بنسبة ضئيلة أو محدودة، أما عدد الذين تسهم البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني في تنمية طموحهم في المجال الرياضي بصورة كبيرة (28.5) فرداً يمثلون ما نسبته (26.7%) من أفراد العينة، بينما بلغ عدد الأفراد الذين لا تسهم البرامج الرياضية في طموحهم في المجال الرياضي (69) فرداً يمثلون ما نسبته (21.6%) من أفراد العينة المدروسة.

وتختلف نتيجة هذا السؤال عن السؤال السابق في أن السؤال السابق يحاول استكشاف حالة "الإدمان" أو حالة "الاعتماد" على متابعة البرامج الرياضية، بينما يحاول هذا السؤال ملامسة العلاقة العاطفية أو الإشباع العاطفي الذي توفره البرامج الرياضية.

السؤال الثالث عشر: ما مستوى الرضا لطلبة الجامعات الأردنية الثلاث: مؤتة، الأردنية، اليرموك عن أسلوب التلفزيون الأردني في تغطية البرامج الرياضية؟

النسبة التي أظهرت رضا بمستوييه الكثير جدا ونوعا ما تعتبر نسبة لا بأس بها إذا ما تم جمع المستويين، أي أن أكثر (90%) من أفراد العينة تقريبا راضون عن أسلوب التغطية إلى حد ما، لكن يمكن قراءة الأمر بصورة مختلفة إذا ما أخذنا بالاعتبار أن نسبة الـ "نوعا ما" هي نسبة متذبذبة أو متدمرة، مما يعني أن نسبة (47.6) من أفراد العينة فقط يشعرون بالرضا مقابل نسبة مقاربة متدمرة أو غير متأكدة من موقفها، لكن ما يدعم أن نسبة كبيرة من هؤلاء يشعرون بقدر لا بأس به من الرضا هو أنه كان بإمكانهم اختيار الخيار الأخير "غير راض تماما" وهي نسبة ضئيلة نسبيا ولا تصل إلى (9%) من أفراد العينة. بالمقابل فقد أظهرت دراسة (حرب، 2008) أن البرامج الرياضية حصلت على نسبة رضا منخفضة قياسا إلى الأنماط البرمجية الأخرى، لكن عينة دراسة حرب هي عينة جمهور عام متنوع وهذا يختلف عن عينة دراستنا الحالية في كون عينتها عينة متخصصة وتهتم كثيرا بالبرامج الرياضية. مما يفسر هذا الفارق بين مؤشرات الدراستين.

5-2: مناقشة نتائج الفرضيات:

الفرضية الأولى: التي تنصُ على "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى لمتغير النوع الاجتماعي" وللتحقق من هذه الفرضية فقد استخدمت التكرارات والنسب المئوية واختبار مربع كاي حيث يوضح الجدول التالي نتيجة هذه الفرضية.

وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (15.90) لمستوى مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني حسب النوع الاجتماعي بمستوى دلالة (0.003) وتعد هذه القيمة دالة إحصائيا لأنها

أقل من 0.05 مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني بين الذكور والإناث، وبالتالي فقد رفضت الفرضية. وتعد هذه النتيجة منطقية في ضوء معرفتنا لاهتمام الذكور أكثر من الإناث بمتابعة البرامج الرياضية، خصوصا رياضة كرة القدم التي تستحوذ على النصيب الأكبر من الاهتمام والمتابعة التلفزيونية.

الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي.

وللتحقق من هذه الفرضية فقد استخدمت التكرارات والنسب المئوية واختبار مربع كاي حيث يتبين من خلال قيم التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي قد بلغت (20,63) بمستوى دلالة (0,000) وتعد هذه القيمة دالة إحصائيا لأنها أقل من 0,05 مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني بين الذكور والإناث. وهذا قد يفسر بأن الذكور أكثر اهتماما بالرياضة من الإناث.

وتؤيد نتائج هذه الفرضية الفرضية الأولى وتؤكد على الفروق بين الذكور والإناث في العادات الاتصالية فيما يخص البرامج الرياضية.

الفرضية الثالثة التي تنصُ على "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى لمكان الإقامة"

وللتحقق من هذه الفرضية فقد استخدمت التكرارات والنسب المئوية واختبار مربع كاي . حيث يتبين من خلال قيم التكرارات والنسب المئوية وقيمة مربع كاي المحسوبة لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى لمكان الإقامة وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (17,51) لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني حسب مكان الإقامة بمستوى دلالة (0,041) وتعد هذه القيمة دالة إحصائياً لأنها أقل من 0,05 مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني بين فئات متغير مكان الإقامة.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بالافتراض أن أبناء الوسط (العاصمة وما حولها) هم الأكثر اهتماماً بالرياضة كونهم على تماس أكبر بها، حيث تقيم الأندية الرئيسية وحيث تقام المباريات الأكثر أهمية خصوصاً مباريات الدوري والكأس وغيرها.

الفرضية الرابعة التي تنصُ على "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في العادات الاتصالية لدى مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي"

وللتحقق من هذه الفرضية فقد استخدمت التكرارات والنسب المئوية واختبار مربع كاي حيث تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية في هذه الأسئلة حسب متغير مكان الإقامة. وهذه الفرضية جمعت ثلاثة من أركان العادات الاتصالية ونتيجتها تؤكد مرة أخرى نتائج الفرضيات السابقة.

الفرضية الخامسة التي تنصُ على "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للسنة الدراسية للطالب"

وللتحقق من هذه الفرضية فقد استخدمت التكرارات والنسب المئوية واختبار مربع كاي إذ بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (4,16) لمعدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني حسب مكان الإقامة بمستوى دلالة (0,901) وتعد هذه القيمة غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من (0,05) مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في معدل مشاهدة البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني بين فئات متغير السنة الدراسية.

وهذا قد يفسر بأن كافة طلبة كليات التربية الرياضية يتساوون في: الاهتمام ومعدل المشاهدة لطبيعة تخصصهم وربما اهتمامهم المسبق بالرياضة الذي دفع بهم إلى الالتحاق بكليات التربية الرياضية.

الفرضية السادسة التي تنصُ على " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أولويات الطلبة نحو البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للسنة الدراسية".

وللتحقق من هذه الفرضية فقد استخدمت التكرارات والنسب المئوية واختبار مربع كاي إذ بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة (24,54) لفئة الرياضية الحوارية بمستوى دلالة (0,000) وبلغت (28,23) للمعلوماتية (الإخبارية والقصص والسير) بمستوى دلالة (0,000) وبلغت (51,33) للرياضة الأجنبية بمستوى دلالة (0,000) وبلغت (104,31) للرياضة المتنوعة بمستوى دلالة (0,000) وبلغت (84,97) لنقل المباريات بمستوى دلالة (0,000) وتعد هذه القيم دالة إحصائياً لأنها أقل من 0,05 مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في السؤال الثامن "البرامج الرياضية الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني" تبعا للسنة الدراسية.

وقد يصح تفسير هذه النتيجة بأن بعض التمايز بين الطلبة قد يظهر من حيث نوعية البرامج المفضلة تبعاً لمدى تقدمهم في التحصيل الأكاديمي، لكن هذا يحتاج إلى المزيد من البحث والاختبار.

الفرضية السابعة التي تنصُ على " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أولويات الطلبة نحو البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني تعزى للنوع الاجتماعي"

وللتحقق من هذه الفرضية فقد استخدمت التكرارات والنسب المئوية واختبار مربع كاي. إذ تبين أن قيمة مربع كاي المحسوبة (2,95) لفئة الرياضية الحوارية بمستوى دلالة (0,086) وتدل هذه القيمة على عدم وجود فروق إحصائية، وبلغت (3,93) للمعلوماتية (الإخبارية والقصص والسير) بمستوى دلالة (0,047) وبلغت (16,35) للرياضة الأجنبية بمستوى دلالة (0,000) مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية، وبلغت (0,60) للرياضة المتنوعة بمستوى دلالة (0,440) وبلغت (6,62) لنقل المباريات بمستوى دلالة (0,010) وتعد هذه القيم دالة إحصائياً لأنها أقل من 0,05 مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في السؤال الثامن "البرامج الرياضية الأكثر تفضيلاً في التلفزيون الأردني" تبعاً للنوع الاجتماعي" باستثناء الخيار المتعلق بالرياضات المتنوعة الذي بلغ فيها مربع كاي 0,60 بمستوى دلالة (0,440) وهي تعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في هذا الخيار تحديداً.

وتعد هذه النتيجة منطقية وطبيعية في ضوء معرفتنا للحاجات المتنوعة للفئات الاجتماعية المختلفة، وهذا ما تؤيده نظرية الاستخدامات والإشباع. مما يتطلب تطوير وتحسين البرامج الرياضية لتأخذ بعين الاعتبار هذه الحاجات وتنوعها.

الخاتمة:

تؤكد بعض نتائج الدراسة صحة مفاهيم نظرية "الغرس الثقافي"، فيما تؤكد أيضا بعضها مفاهيم نظرية "الاستخدامات والإشباعات". وتؤكد نتائج الدراسة على الاهتمام الكبير الذي تحظى به الرياضة لدى شريحة الشباب الجامعي في المجتمع الأردني مما قد يصح تعميمه على كافة الطلبة الجامعيين الأردنيين. وكذلك تؤكد النتائج على أهمية تنويع البرامج الرياضية كي تتوفر للمشاهدين من الشباب حاجاتهم المتنوعة أيضا.

5-3: التوصيات:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات كما يلي:

1- ضرورة تعزيز البرامج الرياضية في التلفزيون الأردني لتستطيع مواجهة المنافسة

المتزايدة من قبل المحطات التجارية وغير التجارية لأن نسبة كبيرة من المشاهدين

تستقطبهم هذه البرامج وتقدم لهم إشباعات متنوعة كما بينت الدراسة.

2- أن يجري العمل على تخصيص قناة تلفزيونية من قنوات التلفزيون تهتم بالشأن

الرياضي وتتابعه باستمرار.

3- إيلاء المزيد من الأهمية لرياضة الفئات الاجتماعية المختلفة مثل رياضة المرأة ورياضة

الأطفال ورياضة المعوقين وغير ذلك من الرياضات الأقل شعبية لكنها تحقق إشباعات

لبعض الفئات الاجتماعية.

4- أن يجري توسيع الدراسات والبحوث لتشمل غير طلبة الجامعات ، وهذا يحتاج على

جهود وإمكانات كبيرة يجب على التلفزيون نفسه رعايتها وتمويلها ما أمكن ذلك.

5- أن يولي المسؤولون في التلفزيون المزيد من الاهتمام للشباب عموماً في برامجهم لأن

الشباب بحاجة إلى حزمات برامجية تشبع حاجاتهم المختلفة والمتجددة على الدوام، وهذا

يعني أن لا يقتصر التطوير على البرامج الرياضية فقط، بل كافة أنواع وأشكال البرامج

الأخرى.

6- تحسين مستوى التغطيات المباشرة وغير المباشرة للألعاب الرياضية المحلية والعربية

والدولية.

7- توسيع رقعة البرامج الرياضية الحوارية والمتنوعة لأنها تحقق الكثير من إشباعات ورغبات المشاهدين على اختلاف شرائح العمرية.

المراجع:

الكتب العربية:

- أبو اصبع، صالح (2010) الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان - دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- أبو اصبع، صالح (1999)، تحديات الإعلام العربي، عمان - دار الشروق للنشر والتوزيع.
- أبو الحمام، عزام (2011) الإعلام والمجتمع، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع.
- أبو عرجة، تيسير (مراجعة وتحريير) (2007) قضايا الاتصال والإعلام في الأردن والوطن العربي. عمان، مؤسسة عبد الحميد شومان، والمؤسسة العربية للدراسات والنشر.
- أحمد، عزمي السيد (2007) الثقافة والثقافة الإسلامية، رؤية جديدة وعلم جديد، عمان، منشورات أمانة عمان.
- إسماعيل، محمود حسن (2003) مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، القاهرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- جرار، فاروق أنيس (2010)، قضايا معاصرة في الإعلام، عمان، دار الثقافة.
- حجاب، محمد منير (2004) معجم المصطلحات الإعلامية، القاهرة، دار الكتب.
- الحضيف، محمد عبد الرحمن، (1994) تأثير وسائل : دراسة في النظريات والأساليب، الرياض، دار العبيكان.
- خضور، أديب (1994)، الإعلام الرياضي، الطبعة الأولى، دمشق.
- الدليمي، عبد الرزاق (2005) عولمة التلفزيون، عمان، دار جرير للنشر والتوزيع.
- رشتي، جيهان (1980) التنسيق والتكامل في مجال التخطيط الإعلامي على المستوى الوطني، القاهرة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

- روي، ديفيد (2006) **الرياضة والثقافة ووسائل الإعلام: الثالوث الصعب**، ترجمة: فؤاد، هدى، القاهرة، مجموعة النيل العربية.
- شطاح، محمد (2007) **الإعلام في التلفزيون - نشرات الأخبار - المحتوى والجمهور**، الجزائر، دار الكتاب الحديث.
- عبد الحميد، محمد (1997) **دراسة الجمهور في بحوث الإعلام**، القاهرة، عالم الكتب.
- العبد الله، مي (2010) **نظريات الاتصال**، بيروت، دار النهضة العربية.
- العبد، نهى (2005) **أطفالنا والقنوات التلفزيونية**، القاهرة، دار الفكر العربي.
- عويس، خير الدين وعبد الرحيم، عطا حسن (1998) **الإعلام الرياضي**، الجزء الأول، القاهرة، مركز الكتاب للنشر.
- طلعت، شاهيناز (2003) **وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية**، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية.
- مكاوي، عماد حسن، والسيد، ليلي (1998) **نظريات الاتصال**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الموسى، عصام (1995) **المدخل في الاتصال الجماهيري**، اربد (الأردن)، دار مكتبة الكتابي.
- نصار، تركي (2007) **تاريخ الإعلام الأردني: دراسة تاريخية وصفية**، ط2، إربد، عالم الكتب الحديث.
- فهمي، مصطفى، و قطان، محمد علي، (1977) **علم النفس الاجتماعي: دراسة نظرية وتطبيقات عملية**، طبعة 2 (مزيدة ومنقحة)، القاهرة: مكتبة الخانقي.
- القريني، عثمان والعميري، تيسير، (2000) **الكرة الأردنية في القرن العشرين**، عمان، مطابع الدستور التجارية.

الرسائل والدراسات:

- أبو حسان، سلطان فارس سليم (2008)، دور التلفزيون الأردني في خدمة المجتمع المحلي. (رسالة غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط)
- حرب، قبلان عبده قبلان (2008)، اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني. (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط).
- الحسن، نديم ربحي محمد (2008)، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط)
- الخلايلة، عواد سالم (2009)، السياسة الإعلامية الرياضية من خلال رؤية الملك عبد الله الثاني بن الحسين للإعلام (رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط).
- الزعبي، لطفي محمد (1992)، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني. (رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية)
- عبيدات، شيرين (2005) دور الإعلام في نشر رياضة المرأة (رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك).
- عريقات، أحمد علي محمد (2008)، دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007 (رسالة غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط)

الصحف والمجلات:

- جريدة الدستور، 3 آذار/ مارس، 2007.

مقابلات :

- حسن، محمد قدرى (2011) مقابلة معه بتاريخ 2011/4/18. وهو المشرف الحالي للقناة

الرياضية ورئيس القسم الرياضي في التلفزيون الأردني.

- جنكات، سمير (2011) مقابلة معه بتاريخ 2011/4/20. وهو مدير التحرير السابق للدائرة

الرياضية في صحيفة الرأي.

- المعيدي، محمد (2011) مقابلة معه بتاريخ 2011/4/18. وهو المشرف السابق للقناة

الرياضية.

المراجع الأجنبية:

- Defleur, M, & Dennis Everette, Understandig Mass Communication,

Houghton Millfin Company, Edditon 1997.

-Dominick, Joseph, The Dynamic of Mass Communication, McGrow-Hill

Publishing Company, 1997.

مواقع إنترنت:

- <http://www.aljazeera.net/aljazeera/sportchannel/> (متاح في

) 2011/3/25

- <http://www.jrtv.jo/>

ملاحق الدراسة:

ملحق رقم 1: لجنة المحكمين

| الرقم | الاسم | العنوان |
|-------|------------------------|--|
| 1 | أ.د حميدة سمييم | كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط |
| 2 | أ.د عبد الرزاق الدليمي | كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط |
| 3 | أ.د حلمي ساري | كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط |
| 4 | أ.د كامل خورشيد | كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط |
| 5 | أ.د عبد الجبار البياتي | كلية العلوم التربوية - جامعة الشرق الأوسط |
| 6 | أ.د تيسير أبو عرجة | قسم الإعلام - جامعة البتراء |
| 7 | د. معتصم خطاطبة | كلية التربية الرياضية - الجامعة الأردنية |
| 8 | د. زياد الرميلي | عضو هيئة تدريس كلية التربية الرياضية - الجامعة الأردنية |



استمارة دراسة في البرامج الرياضية للتلفزيون الأردني

.....

عزيزي الطالب/ عزيزتي الطالبة

هذه الاستمارة هي أداة لدراسة في مستوى الماجستير في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط (عمان) وعنوانها. "دور التلفزيون الأردني في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب الجامعي".

يرجى تعبئة الاستمارة بالدقة المطلوبة علماً أن الأسماء غير مطلوبة ولن تظهر في نتائج الدراسة بالطبع.

مع جزيل الشكر للجميع.

ماجد العدوان - كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط

بيانات المستجيبين:

- 1- الجامعة: مؤتة. الجامعة الأردنية. جامعة اليرموك.
- 2- السنة الدراسية: الأولى. الثانية. الثالثة. الرابعة.
- 3- جنس الطلبة: ذكر أنثى.

4- مكان إقامة أسرة الطالب:

- محافظات الوسط.
- محافظات الشمال.
- محافظات الوسط.
- مغتربة خارج الأردن.

الأسئلة:

1- هل تشاهد برامج التلفزيون الأردني الرياضية؟

- نعم. (إذا كان هذا خيارك فأنت مدعو لمواصلة إجابات الأسئلة).
- لا. (إذا كان هذا خيارك فلا داعي للمواصلة)

2- أعتدت أن أشاهد البرامج الرياضية بمعدل:

- أشاهدها دائما.
- أشاهدها غالبا.
- أشاهدها أحيانا.
- أشاهدها لكن نادرا.
- لا أشاهدها بتاتا .

3- إن مشاهدتي لبرامج التلفزيون الرياضية تأتي بناء على:

- أشاهدها عن قصد وتخطيط.
- أشاهدها بالصدفة.

4- ما معدل مشاهدتك الأسبوعية للبرامج الرياضية في التلفزيون الأردني؟

- أقل من ساعتين في الأسبوع.
- أقل من أربع ساعات في الأسبوع.
- أقل من سبع ساعات في الأسبوع.
- سبع ساعات فأكثر في الأسبوع.

5- غالبا ما أفضل مشاهدة البرامج الرياضية (اجتماعية المشاهدة) :

- منفردا.
- مع بعض أفراد الأسرة.
- بصحبة بعض الأصدقاء.

6- حينما تشاهد البرامج الرياضية فإنك تشاهدها أثناء أوقات:

- غالبا أوقات النهار.
- غالبا أوقات الليل.
- حسب وقت البرنامج.

7- هل تحرص على متابعة البرامج الرياضية الدورية (المتكررة أسبوعيا) في التلفزيون الأردني؟

- دائما.
- غالبا.
- أحيانا.
- نادرا.
- لا أتابعها أبدا.

8- البرامج الرياضية الأكثر تفضيلا بالنسبة لي هي (يمكن اختيار أكثر من خيار):

- الرياضية الحوارية.
- المعلوماتية (الإخبارية والقصص والسير).
- الرياضية الأجنبية.
- الرياضية المنوعة.
- نقل المباريات الرياضية حية أو مسجلة.

9- أي نوع من الرياضات تحرص على متابعتها أكثر من غيرها؟(يمكن اختيار أكثر من خيار)

- كرة السلة. - كرة القدم.

- كرة الطائرة. - تنس الطاولة.

- ألعاب القوى. - غير ذلك (أذكر):

10- هل ساهمت برامج التلفزيون الأردني الرياضية في تحسين ثقافتك القانونية في الألعاب

الرياضية؟

- نعم كثيرا. - نوعا ما (بشكل معتدل). - لا تساهم أبدا

11- هل ساهمت برامج التلفزيون الأردني الرياضية في تعزيز حبك للألعاب الرياضية؟

- نعم كثيرا. - نوعا ما (بشكل معتدل). - لا تساهم أبدا

12- هل ساهمت برامج التلفزيون الأردني الرياضية في تنمية طموحك في المجال الرياضي؟

- نعم كثيرا. - نوعا ما (بشكل معتدل). - لا تساهم أبدا

13- هل تشعر أن برامج التلفزيون الأردني الرياضية ساهمت في تنمية الصحة النفسية

لديك(تعزيز الثقة في النفس واتباع العادات الصحية السليمة)؟

- نعم كثيرا. - نوعا ما (بشكل معتدل). - لا تساهم أبدا

14- هل أنت راضٍ عن أسلوب تغطية التلفزيون الأردني للبرامج الرياضية؟

- نعم كثيرا. - نوعا ما (بشكل معتدل). - غير راضٍ أبدا

15- هل لديك اقتراحات بشأن البرامج الرياضية التي لا يهتم بها التلفزيون وتقترح عليه

الاهتمام بها؟

-1

-2

-3

شكرا جزيلا لتعاونكم